المكتبة الإعلامية

الفضائيات العربية ومتغيرات العصر

أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام

الدار المصرية اللبنانية

إهـــــــداء2005

أ.د/ منى الحديدي

القاهرة

الفضائيات العربية
ومتغيرات العصر

أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام

الدار المصرية اللبنانية

16 ش عبد الخالق ثروت – القاهرة

تليفون : 3910250 - فاكس : 3909618

ص.ب : 2022 – القاهرة

E-mail info@almasriah.com

www.almasriah.com

المدير العام : محمد رشاد

المشرف الفنى : محمد حجى

المكتبة الإعلامية

هيئة التحرير

أ.د. منى سعيد الحديدى

أ.د. حسن عماد مكاوى

أ.د. حسن محمد عبد الشافى

رقم الإيداع : 2004/17853

الترقيم الدولى : 8 - 869-270-977

الطبعة الأولى : ذو الحجة 1425هـ – يناير 2005م

الفضائيات العربية
ومتغيرات العصر

أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام

رئيس المؤتمر
أ. د. منى سعيد الحديدى
أمين عام المؤتمر
أ. د. حسن عماد مكاوى

الدار المصرية اللبنانية

بسم الله الرحمن الرحيم



صدق الله العظيم

(سورة القلم - الآية ١)

المكتبة الإعلامية

من منطلق حرص الدار المصرية اللبنانية على إصدار سلاسل متخصصة فى مختلف العلوم والفنون والآداب ، تأتى هذه السلسلة (المكتبة الإعلامية) لتتكامل مع سلاسل أخرى أصدرها الدار فى العلوم التربوية والدينية والأدبية والفكرية ، بما يسمح بسهولة متابعة الإنتاج الفكرى الجديد لكافة الدارسين والممارسين .

وتهدف هذه السلسلة إلى تحقيق الأغراض التالية :

١ - إثـــراء المكتبة العربية فى مجالات علوم الاتصال وفنون الإعلام ، حيث شهدت هذه العلوم تطورات كبيرة خلال القرن العشرين، وأصبح الإعلام ظاهرة مؤثرة فى جميع الأنشطة السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

٢ - ظهور عديد من كليات وأقسام الإعلام فى الجامعات المصرية والعربية ، وحاجة هـــذه الأقسام إلى متابعة الإنتاج الفكرى فى مجال الإعلام الذى يسهم فى تنظير فروع علم الاتصال من منظور عربى .

٣ - تـــزويد الممارســـين للعمـــل الإعلامـــى بالمعـــلومات الجديدة فى مجالات التكنولوجـــيا والإنـــتاج الإعلامى ، وتأثير الرسائل الإعلامية والإعلانية على الجماهير المستهدفة .

٤ - نشـــر الثقافة الإعلامية من خـــلال التأليف والترجمة ونشـــر الرسائل المتميزة للماجستير والدكتوراه ؛ لأهمية هذه الثقافة التى أصبحت ضرورة لا غنى عنها ؛ لتيسير الانتفاع بمصادر المعلومات والإعلام المتعددة فى العصر الحديث .

الناشر

فهرس المحتويات

أوراق العمل

الخاتمة

تقـــديم

يــأتى هـــذا الإصدار « الفضائيات العربية ومتغيرات العصر » فى إطار إصدارات سلسلة المكتبة الإعلامـــية حاملاً رقم (   ) من إصداراتها المتعاقبة ، مقدمًا عددًا خاصًا متميزًا ذا طبيعة خاصة من حيث مضمونه وهدفه وحجمه حيث يقدم على مدى عدد (٧٥٢) صفحة لكل المهتمين بمجال الإعلام عامـــة والإعلام الفضائى والإعلام السمعبصرى والإعلام الدولى خاصة من خبراء وباحثين ومخططين وقـــائمين بالاتصال من مبدعين ومنفذين ، ودارسين فى مرحلة الإعداد والتكوين ، نتاج أعمال المؤتمر العلمى للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام بمدينة الإنتاج الإعلامى بالسادس من أكتوبر حول « الفضائيات العربية ومتغيرات العصر » ، والذى عقد فى يوليو ٢٠٠٤ برعاية السيد محمد صفوت الشريف رئيس مجلس أمناء الأكاديمية ، وبمشاركة لفيف من الخبراء والباحثين ومتخذى القرار والممارسين من كل أنحاء الوطـــن العربى ؛ حيث جاء عقد المؤتمر مواكبًا لفاعليات مهرجان القاهرة السنوى للإذاعة والتليفزيون يولـــيو ٢٠٠٤ ؛ ممـــا أتـــاح فرصة توفير مشاركة عربية واسعة النطاق على مستوى جلسات المؤتمر وفاعلـــياته ، شملت الباحثين والممارسين فى تفاعل واضح وحماس مهنى ؛ سعيًا لمزيد من التطوير وزيادة فاعلية الإعلام العربى فى خدمة قضايا التنمية والتحديث والتقارب والتفاهم والاتصال العربى والحوار مع الآخر .

وســـعيًا لمـــزيد من فرص الاستفادة من حصاد هذا المؤتمر ، والذى تضمن أربعة عشر بحثًا علميًا باللغة العربية ، تناولت موضوع الإعلام عبر الراديو واالتليفزيون ، ومنها على سبيل المثال :

١- البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية وحقوق الإنسان .

٢- الإعلان التجارى فى الفضائيات العربية .

٣- البث الإذاعى عبر الفضائيات العربية وإدارة الأزمات .

٤- صـــورة المـــرأة كما تعكسها الدراما فى الفضائيات العربية ، وآثارها على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعى .

٥- اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات .

٦- تقويم الإداء المهنى للقنوات الفضائية الإخبارية العربية ، فى ضوء آراء عينة من النخبة المصرية .

٧- المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية .

٨- استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية .

بالإضـــافة إلى عدد من البحوث باللغة الإنجليزية ، تناولت موضوع الوسائط المتعددة والإنترنت قدمـــت مـــن باحثين وأعضاء هيئة تدريس من الجامعات المصرية والعربية ، وبعض الجامعات الأجنبية بجمهوريـــة مصر العربية (الجامعة الأمريكية) تم تحكيمها وإجازتها من الأساتذة الأكاديميين ، حسب التخصص الدقيق لموضوع البحث .

بالإضـــافة إلى عـــدد إحدى عشرة ورقة عمل ، قدمها عدد من الخبراء والممارسين حول قضايا الإعلام الفضائى ، ومنها .

١- فن إدارة الشاشة .

٢- دور الفضائيات العربية فى دعم الدبلوماسية العربية .

٣- الفضائيات العربية والمحتوى : المراهقون العرب وتليفزيون الواقع .

٤- أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية .

وقـــد جاء حرص السلسلة على توفير هذا الإصدار ، وتقديم نتاج هذا المؤتمر من بحوث وأوراق عمـــل باللغـــة العربية ضمن إصداراتها فى مستهل عام ٢٠٠٥ ؛ تأكيدًا على أهمية التكامل بين النظرية والتطبيق والتفاعل بين المنظرين والباحثين والمخططين والمبدعين والمنفذين فى مجال العمل الإعلامى ؛ مما يساعد على مزيد من التطوير والتحديث المستمر للبيئة الاتصالية العربية ولوسائل الإعلام ومخرجاتها فى عصـــر ، اتسم بأنه عصر المعرفة وعصر ديمقراطية الاتصال ، وعصر الاتصال عن بُعد عبر الفضائيات وتكنولوجيا الحاسب . ويأتى إصدار البحوث الإنجليزية فيما بعد فى إصدار خاص بها .

وقد حرصت الهيئة الاستشارية للسلسلة على تبويب البحوث بشكل ، يحقق للقارئ التدرج من العام إلى الخاص ، كما أفرد المؤتمر لتجارب وشهادات نخبة من مسئولى الإعلام العربية مساحة لعرض تجاربهم تقدمها بشكل خاص كلمة الأستاذ محمد صفوت الشـــريف ، رئيس مجلس أمناء الأكاديمية ، وكـــلمة م. عـــبد الرحمن حافظ ، فى إطار الجلسة الافتتاحية للمؤتمر ، وكلمة الشيخ صالح كامل فى الجلسة الختامية للمؤتمر . وفى تقليد علمى جديد ، يقدم هذا الإصدار ببليوجرافيا شارحة لكل البحوث والدراســـات العربية الخاصة بموضوع الفضائيات العربية ، فى ختام هذا الكتاب ، الذى نتمنى أن يمثل إضافة إلى المكتبة الإعلامية العربية ، وأن يكون مرشدًا لكل المعنيين بحاضر الإعلام العربى ومستقبله .

وفقنا الله جميعًا لما فيه خير أمتنا العربية .

هيئة التحرير

الجلسة الافتتاحية للمؤتمر

كلمة السيد / **صفوت الشريف** رئيس مجلس أمناء الأكاديمية

بداية ، أود أن أعبر فى الجلسة الافتتاحية للمؤتمر عن مدى سعادتى واعتزازى بالاجتماع بكم ، والحديث معكم فى رحاب الأكاديمية التى تعد أحد مراكز التميز فى المنطقة العربية فى مجال إعداد الإنتاج الإعلامى وعلوم وتخصصات العصر، حيث الجمع والتكامل بين عنصرى الدراسة الأكاديمية وفق أحدث الأساليب العلمية والمدارس الفكرية والتربوية ، على أيدى مجموعة من خيرة أساتذة وخبراء علوم الإعلام وفنونه ، وأحدث الإمكانات التطبيقية والعلمية والإنتاجية غير المحدودة وغير المسبوقة فى مدينة الإنتاج الإعلامى . ويضاعف من سعادتى اليوم ارتباط اللقاء بافتتاح أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية، والذى يمثل إضافة جديدة لأنشطتها التى تنمو بشكل مستمر وبتخطيط علمى ورؤى مستقبلية ، بما يخدم أهدافها على مستوى العملية التعليمية والبحثية وخدمة المجتمع وتنمية البيئة .

فمع بداية الفصل الدراسى السادس من عمر الأكاديمية ، بدأت بها برامج الدبلومات المهنية المتخصصة لتوافر نوعية جديدة ومستوى متقدم من التدريب والتأهيل المتعمق للكوادر الإعلامية الشابة فى أكثر من مجال ، ونرجو مع بداية العام الأكاديمى الثالث ، أن نعلن عن قيام كيان جديد يضاف إلى الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام وهو: "**أكاديمية هندسة الإعلام**" ، التى بدأت الخطوات التنفيذية لإنشائها ، والتى ستكون كيانا هندسيا متخصصا فى هندسة الإعلام . . والتفكير فى إنشاء هذه الأكاديمية يعود إلى عدم وجود جهة علمية أو أكاديمية تعمل على إعداد وتخريج كوادر هندسية ، تخدم الإعلام وجميع تخصصاته بشكل مباشر .

وستضم هذه الأكاديمية الجديدة أربعة فروع رئيسية وهى : هندسة الاتصالات والمعلومات ، وهندسة الإلكترونيات والحاسبات ، وهندسة القوى الكهربائية ، وهندسة العمارة والتخطيط العمرانى فى الإعلام . ينقسم كل فرع فيها عدة شعب فرعية تتعامل مع كل تخصصات الإعلام . وما أجمل أن نعلن أمام الخبراء والمتخصصين قيام هذا الكيان الجديد . ولا شك أن هذا التطوير المهم يمثل إضافة جديدة وقوية للأكاديمية الأم : "**الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام**" والتى نجتمع فى رحابها اليوم، فى نهاية العام الأكاديمى الثانى ؛ لنتشارك ونلتقى فى المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية حول أحد موضوعات الساعة : "**الفضائيات العربية ومتغيرات العصر**" .

فاليوم ، وقد أوضحت الدراسات التى صدرت عن المؤتمر الدولى للفضائيات الذى عقد فى باريس فى الشهر الماضى – أن الفضاء يحتضن ويبث ما يقرب من ٨٠٠٠ قناة مفتوحة ومشفرة . . متخصصة إلى أبعد حدود التخصص . . وعامة إلى أقصى حدود التنوع ، تستخدم أحدث تكنولوجيا الاتصال فى البث والاستقبال ، لتحقيق أعلى درجات الإبهار والجاذبية وسهولة الاستخدام ، قنوات فضائية ناقلة لمضامين لها أهدافها الظاهرة ، والأخرى الخفية ، مضامين تعدد أيديولوجياتها واتجاهاتها السياسية والثقافية ، الأمر الذى جعل المواطن المحلى مواطنا عالميا أيا كان مستواه الاقتصادى والاجتماعى ، وفى الوقت نفسه قد يشعر باهتزاز الرؤية أمام عينيه نتيجة للتنوع الشديد المعروض عليه . أقول دائما : لقد عشنا عصر المشاهدة بالإجبار ، ونعيش اليوم عصر المشاهدة بالاختيار، مما يشكل تحديا هائلا أمام الإعلام العربى : أرضيا أو فضائيا لينتشل هذا المواطن ، ويضعه على الطريق الصحيح . وتلك مسئوليته: أن يحافظ على العقل العربى والعقل الوطنى ، معافى دون حجر أو وصاية ، ويحمّل الكوادر الإعلامية مسئولية كبيرة ، والدور الرئيسى فيما يخص معالجة قضايانا المحلية والعربية والدولية ، وهو دور عليكم أن تستعدوا له وأن تستكملوه يا شباب الإعلام. وقد أصبحت أولى الدفعات التى ستتخرج فى هذا الصرح التعليمى والإعلامى لا يفصلها عنه سوى عامين، وهو ما يؤكد على عظم المهمة التى تنتظركم كإعلاميين ، فالإعلام اليوم بوسائله المتعددة التقليدية والحديثة ، لم يعد وسيلة هدفها الترفيه أو الإخبار فقط ، بل صار أداة من أدوات السياسة الداخلية والخارجية والترويج والتسويق السياسى لأية دولة من داخل المنطقة أو خارجها ومحركا أساسيا للاقتصاد ، ووسيلة لتحقيق الإصلاح والتطوير الاجتماعى ، ونحن نشهد يوميا كيفية تعامل وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة مع القضايا والتطورات الإقليمية والعالمية ، سواء تلك المتعلقة بأحداث طارئة أم مستجدة من ناحية ، ومن ناحية أخرى بالقضايا ذات الجذور التاريخية . وإنى واثق من أنكم وأساتذتكم تتابعون وتدققون فى كل ما يحدث حولكم فى هذا المجال .

التاريخ يجب ألا يضيع، التاريخ ليس مسرحية درامية ، التاريخ حقيقة وواقع ، فإن نسينا التاريخ ضللنا الطريق . ومن هنا أقول للممارسين : مزيدا من الإنصات الحقيقى للصوت العلمى ، ومزيدا من التسامح العقلى فى قبول النقد ودعوة الباحثين للإجادة، أقول للممارسين فى الفضائيات العربية : انهلوا من البحوث ونتائجها، واتخذوا منها أساسا للتخطيط الإعلامى ، لم تعد العشوائية تصلح أن تعيش أو تستمر ، وأسقطوا حواجز العزلة بينكم ، وبين المؤسسات العلمية ، فهى ثرية بعلماءَ ضمائرُهم وطنية ، وأهدافهم نبيلة ، لأنه إذا اجتمع العلم البناء مع ممارس محترف ومبدع ، فالنتيجة الطبيعية : رسالة إعلامية فعالة .

إن هذا المؤتمر سوف يخرج بثمار طيبة ، علينا جميعا أن نقطفها لنرى إعلاما فضائيا عربيا ، إننى أثــق فى حرية الإعلام وأمجاز تمامًا إلى أن تتعدد الرؤى ، فتتعدد الأفكار والآراء فى القنوات الفضائية ؛ فقد انتهى عصر القوالب الجامدة وتزداد الحرية، ولا بد أن تزداد فى إطار من احترام القيم دون الإخلال بالمواثيق التى تحمى شــرف المهنة ، ولكننى أرفض أن تكون تلك المواثيق التفافا حــول الحرية أو قيدا أو حصارا على حرية الكلمة ، بل علينا أن نسمو بالحوار ، وقنواتنا عليها أن تنفتح مع الآخر ، تخاطبه، تحاوره . ونحن قــد خرجنا إلى العالمية تكنولوجيًّا ، ولكن لازلنا نحمل خطابا محليًّا أو عربيــًا ، ولكننا لا نخاطــب الآخر بلغته، نحن نحب أن نخاطب أنفسنا ، ونعشق أن نخاطب أنفسنا، ونبتعد عن مخاطبة الآخر، نريد أن نقتحم فكر الآخر، وأن نتسلل إليه بطريق علمى مقبول برسالة: مضموننا وإبداعنا. نحن لدينا إعلام ومفكرون ، كتاب ثقافة ، أدب ، فنانون ، مبدعون ، لدينا موهوبون ، ولدينا قدرات هائلة عظــيمة تمثل حضارة أمة نعتز بها . ويمكن أن ننطلق بها إلى آفاق العالمية الحقيقية ، فلنتكاتف دون أن نــتطابق ، فلنختلف دون أن نحبط روح الأمة ، رسالتنا رسالة تنوير ، والتنوير لا يتحقق إلا بالتحفيز والنقد ، والانطلاق من قاعدة علمية معلوماتية، ما أحوجنا إلى كوادر متخصصة ، عالمية المستوى قابلة للتعامل مع تطورات وتكنولوجيات العصر . ذلك هو الدور الذى تسعى إليه **الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام** ، التى كانت حلما وأملا ، وما أسعدنى أن أجد الحلم حقيقية ، هى منارة فى صرح مدينة النور والعــلم والإبداع . أرجو أن تقولوا لنا عن مستقبل الإعلام العربى ، أرجو أن تقولوا لنا عن مستوى الفضائيات العربية، قولوا فأنتم الخبراء الباحثون المدققون ؛ فقولكم هو قول الحق المحايد ، قولوا لنا أين موقع الراديو فى ظل قفزة ثقافة الصورة ولن نتنازل عنه ؛ فالأذن تبحث عنه فى حدود، قولوا لإذاعيينا مــا هــو المستقبل ، وأنتم لا بد أن تحتفظوا بتواجدكم فى كل بيت ومزرعة وحقل ، ولديكم أحدث التكنولوجــيا التى تتحركون بها، دون كاميرات وضوء ومخرجين وسلسلة من صناعات الإعلام ، قولوا للإذاعــيين : إن ثورة الاتصال قادمة ، خادمة لكم فى الفضاء ، وسوف تتحدثون فى دورة قادمة عن راديــو الفضــاء ، قولوا لنا ووثقوا ذكرياتكم عن طريق انطلاق البث الفضائى مفتوحا أو مدفوعا ، أشيعوا ثقافة الحب والوحدة ، ثقافة تشعر أن الأمة العربية حصينة بفهم أبنائها وانفتاحهم وقدراتهم على التعامل مع المتغيرات . الأخبار حق وحقيقية وليست تمثيلية ، ومسرحية الأخبار سبق وتدفق واحترام، تلــك كلمات خرجت بها عن كلمتى المكتوبة ، ولدى ما أقوله الكثير ، لقد قضيت عمرى بينكم ، وأنتم الخبراء ، ونظرتكم ستكون وتسير نحو تحقيق الأهداف الكبرى لأمتنا العربية .

كلمة م. / عبد الرحمن حافظ رئيس المجلس التنفيذى للأكاديمية

السيد الفاضل الأستاذ صفوت الشريف : الأمين العام للحزب الوطنى الديموقراطى ، رئيس مجلس أمناء الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ..

الأستاذة الدكتورة / منى الحديدى : عميد الأكاديمية ، رئيس المؤتمر ..

أيها الجمع الكريم ، من السيدات والسادة ..

لعلها دلالة مباشرة ، أن تعقد الأكاديمية ، فى ختام عامها الدراسى الثانى ، المؤتمرَ العلميَّ السنويَّ الأول ، تحت عنوان : " الفضائيات العربية ومتغيرات العصر" ليأتى تأكيدا على أن هذا الكيان التعليمى المستفرد والرائد فى المنطقة قد استوى على عوده ، وحاز إجازة النضج والاكتمال ، حينما اختار هذا الموضوع – شديد التخصص– ليكون موضوع مؤتمره الأول.. كما أنه شهادة تقدير تحسَب له، وتجعلنا نحيى هذا الملتقى الفكرى الذى ومض من فكر الأستاذ صفوت الشريف ، وكان وراء هذا الإنجاز العلمى ، الذى أجزم أنه أضاف جديدا متميزا ، لمنظومة الإعلام المصرى .. وهكذا هو دأبه .. دائما .

* * *

السادة الحضور ..

قبل ٣٠٠ عام حكم الذين يسيطرون على البحار : العالم .. أما الآن فإن المفتاح هو الفضاء ، لمن أراد السيادة والريادة .. ومن هنا .: كان ظهور الفضائيات العربية التى جاءت استجابة طبيعية لثورة الاتصال وتكنولوجيا الأقمار الصناعية ، ونتيجة لتزايد الفضائيات الأجنبية الموجهة للمنطقة العربية ؛ مما دعا الحكومات والشركات الخاصة ، فى عالمنا العربى إلى إنشاء قنوات فضائية تهدف الى جذب المشاهد، وتحول بينه وبين معظم الروافد التى تمثل فى غالبيتها خطرا بالغا على الهوية ، والتكوين الثقافى والأخلاقى لمجتمعاتنا .

ومنذ الحلم الذى أطلقه " آرثر كلارك " أحد رواد الجمعية البريطانية لما بين الكواكب ، الذى اقترح لأول مرة فى أكتوبر ١٩٤٥ إنشاء خدمات تلفزيونية عبر الأقمار الصناعية ، انفعل العالم بالفكرة التى يمكن أن توحد العالم ، وتجعل منه قرية صغيرة ، حتى شهدت بداية الألفية الثالثة ، ودخول العالم قرنه الحادى والعشرين ، ثورة تكنولوجيا جبارة فى مجال الأقمار الصناعية القادرة على التغطية الشاملة ، والوصول بالبث التلفزيونى إلى المشاهدين فى منازلهم دون عناء ، فيما يعرف بـ " انسكاب الإشارة " وبالتالى ظهور بعض المتغيرات على الساحة الإعلامية .

وإذا كانت أولى خطوات البث المباشــر قد ظهرت فى العالم عام ١٩٦٧ بظهور ما أطلق عليه : " التلفزيون العالمى " من خلال الأقمار الأربعة التى كانت موجودة بالفضاء حينئذ ، فإن الوطن العربى لم يشـــهد البث التلفزيونى المباشر عبر الأقمار الصناعية إلا عام ١٩٨٩ ، ليتحول الإعلام الفضائى فى العالم، المعتمد على الميديا إلى أيديولوجية حاكمة ومؤثرة ، أطلق عليها : مصطلح " الميديا لوجيا " التى أصبحت تمارس تأثيرها على كافة نواحى الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية .

وهنا ، نؤكد أن الانطلاقة المصرية ، نحو الريادة الفضائية كانت الأسبق والأقوى: حجما وتأثيرا فى المـــنطقة العربية ، سواء من خلال فضائياتها العامة أو منظومة المتخصصات التى فتحت الباب أمام مفهوم الإعلام المتخصص ، لتصنع جميعها مجموعة من الآثار الإيجابية ، منها :

أولا : تـــداول الأخبار عبر تلك القنوات الفضائية ، والإخبارية منها بالذات فى اللحظة ذاتها، حتى أصبح المرء يعيش الحدث فى مراحله المختلفة ، دقيقة بدقيقة ، وهى إحدى الايجابيات التى تأثر فـــيها الإعـــلام العربى بخصائص الإعلام الوافد ، وبدأ يحذو حذوه فى مسألة غاية فى الأهمية والخطورة ، بل لعله – من نافلة القول – أن يصبح لدينا قنوات تغنى المشاهد عن إدارة مؤشر تليفزيونه إلى قناة هنا أو هناك، بحثا عن حقيقة غائبة ، أو مصداقية مفقودة .

ثانـــيا : ازدهـــار المجال الرياضى ، من خلال النقل المباشر للمباريات حول العالم ، وما يحيط بها من برامج حوارية ومنوعة تصب فى الاتجاه نفسه .

ثالـــثا : إحـــياء التراث السينمائى والدرامى ، من خلال قنوات الدراما والأفلام ، التى حققت ثقافة سينمائية عالية ، من خلال ما تبثه على مدار الساعة من أعمال قديمة وحديثة .

رابعا : نشر الوعى الصحى ، من خلال التعريف بالأمراض المختلفة ، واستخدام الأقمار الصناعية فى تشخيصـــها عـــن بعد ، والمساهمة فى إجراء العمليات الجراحية عن بعد أيضا ، بفضل ظهور بعض القنوات المتخصصة ، وعلى رأسها قناتا : حورس ونفرتيتى .

خامسا : إتاحة الفرصة أمام المشاهد ليكون أمام اختيارات كثيرة ومتنوعة ، سواء على مستوى القنوات أم على مستوى المضامين .

سادســا : إطلاع المشـــاهدين على أنماط من ثقافة الشـــعوب والتعرف على درجـــة التقدم والرقى الـــذى يتحقق لديها فى المجالات السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية ، وهو ما يسمى بــــ " التفتح السمح" حيث إن التعـــريف بأنماط وتفكير وطرق حياة الشـــعوب الأخرى الإيجابية ، يحفز المجتمع على تطوير ذاته .

سابعا : ويأتى التعريف بالجهود التنمـــوية التى تبذلها الدول العـــربية فى كافة المجالات ، وفى مقدمتها : التعليم ومحو الأمية ، على رأس قائمة الإيجابيات التى حققتها الفضائيات ، حيث ظهرت سبع قنوات تعليمية ولمحو الأمية ، بقطاع النيل للقنوات المتخصصة ، وقناة المناهج بشبكة الأوائل .

ثامـــنا : ثم – وذلك هو الأهم – أتاحت هذه القنوات المجال أمام رؤى وآراء جريئة ، لم يعتد عليها معظـــم المواطنين العرب فى قنواقم المحلية ، كما قدمت هذه القنوات أيضاً أنماطاً من الحياة لم يشاهدوها من قبل .

إلا أن الأمر لا يخلو من مجموعة من الملاحظات ، أفرزتها طبيعة الوضع الفضائى القائم فى الدول العربية ، أهمها : عدم التنسيق بين الفضائيات العربية ، فيما تقدمه من مضامين ، الأمر الذى أدى إلى تشـــابه ما تقدمه ، وهو ما يستوجب ضرورة تخفيف الرقابةعلى المضامين البرامجية بين الدول العربية ، وزيـــادة التـــبادل البرامجى فيما بينها ، مع زيادة التسهيلات الممنوحة فى هذا المجال ، وإعفاء المضامين الإعلامية العربية من الرسوم والضرائب وأجور النقل ، لمواجهة الاختراق الثقافى .

إلا أن الصـــورة الواقعية للفضائيات العربية تتمثل فى زيادة خسائر ، بغضها نتيجة المنافسة فيما بيـــنها ، مع محدودية وضعف المساحة الإعلانية ، من ناحية ، وتزايد هذه القنوات يومياً بسبب التقنية الرقمية التى سادت العصر الحالى ، بالإضافة إلى الاتجاه الجديد المتمثل فى أن الدول أصبحت تقيم أهميتها الخاصـــة ، ليس من خلال مكانتها الاقتصادية والبشرية ، أو مكانتها الجغرافية ، وثقلها السياسى ، بل بتأثير قنواقا الفضائية . وعلى الرغم من ذلك .. ما زالت هناك مشكلة عدم تكافؤ فى توزيع القوى فى مجـــال الإعـــلام ، حيث إن هناك قلة قليلة قوية الإنتاج والإرسال . أما الغالبية فإنها تستقبل ما ينتجه الآخرون ، ويرسلونه إليها!

* * *

وثيق الصلة بهذه المسألة .. أن المضامين التى تقدمها القنوات الخاصة ، تؤدى إلى زيادة الاتجاهات نحو الاستهلاك ، وانتشار نمط الحياة الاستهلاكية ، الذى لا يتلاءم مع إمكانات الدول النامية ، مما أدى إلى ظهور ما يسمى بـــ "ثورة التطلعات" التى تتحول فى هذه الدول – نظراً لظروفها الاقتصادية – إلى "ثورة إحباطات" وتهميش الهوية القومية .

ليس ذلك فحسب .. بل انتقادات موجهة إلى بعض القنوات الخاصة ، والمتخصصة فى مجال الغناء والموسيقى ، بالذات ، نحو أنماط ساعدت على طغيان قيم وعادات مجتمعات ، تختلف بشكل كبير عن مجتمعاتـنا العربية ، فقامت عن غير عمد ، وهذا فى أحسن حالات الظن بها ، بتنميط متزايد للسلوك البشـرى فى اتجاه يبعد كثيراً على ما تربى عليه الناس وسط مجتمعاتهم الشرقية ، وأخلاقيات المجتمعات العربية . وهو ما يدعونا إلى وقفة متأنية ، للتبصر فيما نفعل ، وفيما يقودنا إليه هذا الفعل ، حفاظاً على هوية ، نخشى أن تضمحل نهائيًا ، ونبحث عن أنفسنا ذات يوم ، فلا نجدها .

وإذا كان هذا وارداً فى مجال الموسيقى والغناء ..فما بال من يكملون ساعات بثهم الطويلة بأفلام ومسلسـلات وافـدة ، خاصة فى فترتى المساء والسهرة : ذروة المشاهدة العربية ، التى تتضمن ما قد يساعد على تشويه الحقائق الثابتة ، وعرض مضامين إباحية ، تشكل خطورة على المستوى الأخلاقى ، وتـؤدى إلى إشـاعة روح الانهزامية واليأس واللامبالاة ، وتسطيح الوعى ، وهو ما يمثل تحدياً فكريًا وحضاريًا ، يتراجع معه مفهوم القومية والسيادة الوطنية. بل أخطر من ذلك ، فإن بعض المضامين المحلية لبعض القنوات الفضائية ، التى تحاكى نظيرها الأجنبى - دون وعى - تعد أكثر خطورة على المجتمع ؛ لأنهـا تتوجه إلى مواطنيها بلغتهم ، ومن عقر دارهم . فهى إذًا أشد منه خطورة ؛ لأنها تتجاوز مرحلة واعية ، وتتسرب إليه بكل سهولة ويسر ، وينطبق عليها عندئذ مقولة : "الإعلام العربى أداة ضد الواقع العربى" ..

من هنا ، لابد من تنامى الوعى بضرورة إيجاد البديل المتنوع والشائق والقادر على منافسة الوافد، وترسيخ الاقتناع بأهمية تعاون كل الأطراف فى إيجاد هذا البديل ، والبعد عن الدائرة المفرغة التى تتسع كلما نجح برنامج ترفيهى، سارعنا إلى استثمار نجاحه بشكل مبالغ فيه ، حتى ازدادت القنوات الترفيهية، وزادت عن الحد .

* * *

أيها السيدات والسادة الحضور ..

والحال هكذا ..دعونى أوضح الحقيقة التى لا تغيب عن أذهانكم .. ذلك أن الإنتاج التليفزيونى العـربى ، لا يتلاءم مع المطلوب لسد حاجات هذه القنوات التى تتسع رقعتها ، يوماً بعد يوم . ولذا ، فهـى تستعين بالمضامين التليفزيونية المستوردة ، والتى تتراوح ما بين ٢٥٪ إلى ٥٠٪ مما تقدمه هذه القنوات ، والذى يطغى عليه الطابع الترفيهى ، مما يزيد من تغييب وعى المشاهدين. ويرجع ذلك إلى أن

بعض الدول العربية تطلق قنوات فضائية دون أن يكون لها إطـــار من الأهداف المنوط بها تحقيقها ، أو عـــدد ساعات مناسب من المضامين التليفزيونية أو الإمكانات البشرية والتكنولوجية المتوافرة ، حيث يذهب البعض إلى أن الصلة انقطعت بين بعض القنوات الفضائية العربية وجمهورها .

* * *

وبعـــد ..

يبقى الشكر الجزيل ..لمن يقود منظومة الإعلام المصرى بنجاح ، وجعل منه المثل والقدوة ، لمن حـــول أفكـــاره إلى مشاعل نور تضىء سبيل المواطنين نحو العلا ، فى زمن تعاظم فيه دور الإعلام ، وأصبح هو الهادى نحو آفاق التنمية والرخاء .. والبصمة الأولى التى تحافظ على الهوية ، ورسالة بالحب والخير نوجهها للآخر ، فى وقت تتكالب فيه على أمتنا تحديات البقاء وإثبات الذات ..

كل عام وأنتم بخير .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته .

كلمة أ.د./ منى الحديدى عميدة الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام - رئيس المؤتمر

السيد / محمد صفوت الشريف

أمين عام الحزب الوطنى الديمقراطى ، ورئيس مجلس الأمناء .

المهندس / عبد الرحمن حافظ

رئيس الشركة المصرية للإنتاج الإعلامى .. رئيس المجلس التنفيذى .

الأساتذة الأجلاء ، السيدات والسادة أعضاء المؤتمر ، ضيوفنا الكرام :

يـــأتى لقاؤنـــا الـــيوم فى إطار افتتاح أعمال " **المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية** " والذى يتخذ موضـــوع " **الفضـــائيات العربـــية ومتغيرات العصر** " محورا لأنشطته وفاعلياته على مدى ثلاثة أيام بمشاركة نخبة من الخبراء ومتخذى القرار والباحثين والمبدعين والممارسين الإعلاميين العرب ، مما يشكل تكاملا وتناغما بين الشركاء فى المسئولية .

كمـــا يمثل انعقاد المؤتمر خطوة أساسية لتحقيق الأهداف المنشودة والمرتقبة من إنشاء الأكاديمية. فـــإلى جانب الدور التعليمى لها على مستوى إعداد وتأهيل وتكوين الكوادر الإعلامية فى مختلف علوم الإعـــلام وتخصصـــاته وفـــنونه ، تبرز أهمية الدور البحثى والمشاركة فى خدمة المجتمع ، وتنمية البيئة للمؤســـســـات التعليمية الأكاديمية، من خلال إسهامها فى خريطة البحث العلمى، خاصة من خلال نمط الـــبحوث الوظيفـــية التى تساعد على رصد الواقع وتحليله وتقييمه على أسس موضوعية؛ لاستشراف المستقبل على أساس علمى سليم يتخذ من السلبيات والخطأ بداية للنجاح، ومن الإنجاز طريقا لمزيد من الـــتطوير والتحديـــث ؛ مما ينعكس على رسم السياسات والتخطيط المستقبلى الذى يلبى احتياجات الحاضر وطموحات المستقبل فى عصر يتسم بالتغييرات المتلاحقة والمتداخلة والمتشابكة، ويتميز بالمنافسة على عنصر الجودة .

ويـــأتى وضـــع المؤتمر تحت رعاية السيد / محمد صفوت الشريف وتشريفه للجلسة الافتتاحية وحرصه على متابعة فاعلياته ، على الرغم من مسئولياته وبرنامجه المزدحم ؛ تأكيدا من سيادته على أهمية التكامل بين النظرية والتطبيق وأهمية الحوار الموضوعى حول قضايا الإعلام العربى ، وما يعول عليه من أهمية النتائج والتوصيات التى سينتهى إليها المؤتمر ، والذى يتضمن أكثر من خمسة وأربعين بحثا وورقة عمل ، سيتم نشرها فى كتاب بمشيئة الله مع بداية العام الدراسى القادم ٢٠٠٤ /٢٠٠٥ بما يحقق اتساع مجال الانتفاع بما قدمه أعضاء المؤتمر من فكر ورؤى لكل المعنيين بعلوم الإعلام وقضاياه .

وتأكـــيدا وتفعيلا وترجمة لقيم الوفاء التى نركز عليها فى تنشئة الأجيال ، سَنّ المؤتمر من خلال لجنـــته التنظيمية تقليدًا يقضى بتكريم شخصية أكاديمية فى مجال الدراسات الإعلامية فى كل دورة من دوراته. وتأتى شخصية الراحل/ الأستاذ الدكتور / خليل يوسف صابات موضع تكريم الدورة الأولى ؛ عرفانًا وتقديرًا لدوره الرائد فى مجال الدراسات الإعلامية على مدى أكثر من ستين عاما .

وباســـم الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ومؤتمرها العلمى نقدم للسيدة الفاضلة قرينته رمز الوفاء من طلابه على مدى الأجيال ممن تتلمذوا بشكل مباشر على يديه وفكره ، وممن يتعلمون وسيتعلمون من إنتاجه الفكرى على مدى السنوات.

وفى نهايـــة كـــلمتى ... أتوجه بخالص الشكر لكل من لبى الدعوة للمشاركة فى فاعليات المؤتمر العـــلمى للأكاديمـــية ، والـــذى نأمل أن يكون تقليدا سنويا بمشيئة الله وتعاونكم . وأحيى الزملاء والزمـــيلات مـــن أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم من : مدرسين مساعدين ومعيدين ، وأجهزة فنية وإداريـــة بالأكاديمية وبمدينة الإنتاج ، حيث إن التكامل بين قطاعاتها يحقق الاستثمار الأمثل لإمكانات ذلـــك الصـــرح الإعلامى الضخم .فشكرا على كل ما بذلوه من جهد وما يقدمونه من فكر ورؤى تنعكس على مستوى الأداء والممارسة .

أمـــا أبنائى وبناتى طلاب الأكاديمية ، والذين كان حرصهم على المشاركة فى الأعمال التنظيمية لـــلمؤتمر ، عـــلى الرغم من مواكبته لامتحانات نهاية الفصل الدراسى ما يعكس جديتهم وانتماءهم لمؤسســـتهم التعليمية ، ورغبتهم فى ترجمة وتطبيق ما يدرسونه على أرض الواقع ، فلهم منى دائما كل الـــتقدير والتحـــية بما يحققونه من تطور علمى وشخصى حيث الإعلامى الناجح بمزيج من القدرات والمهارات والخبرات...

وكـــل التحية والتقدير للسيد محمد صفوت الشريف والذى يضع الأكاديمية وشئونها فى مقدمة اهتماماته ، والذى بحماسه وتشجيعه الدائم يدفعنا إلى بذل المزيد من الجهد.

وفقـــنا الله جميعًا لما فيه خير أمتنا العربية ، وجعلنا ممن يقولون فيعملون ، ويعملون فيخلصون ، ويخلصون فيُقبَلون .

كلمة أ .د / حسن عماد مكاوى وكيل الأكاديمية – أمين عام المؤتمر

السيد الأستاذ/ **محمد صفوت الشريف**

رئيس مجلس أمناء الأكاديمية .

السيد المهندس/ **عبد الرحمن حافظ**

رئيس مجلس إدارة الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامى .

رئيس المجلس التنفيذى للأكاديمية .

الأستاذة الدكتورة/ **منى الحديدى**

عميدة الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام – رئيس المؤتمر .

ضيوفنا الكرام .... السيدات والسادة :

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

يطيب لى فى مستهل أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، أن أرحب بتلك الكوكبة المتميزة من كبار المفكرين ، وعمداء وأساتذة الجامعات المصرية والعربية ، وخبراء الإعلام وممارسيه فى رحاب مدينة الإنتاج الإعلامى وضيافة الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام . ذلك الكيان العلمى المتفرد فى المنطقة العربية والشرق الأوسط ، والذى يستهدف إعداد وتأهيل الكوادر البشرية القادرة على التنافس والتفوق ، والتعامل مع متغيرات العصر بما يشهده من تطورات مادية وتقنية غير مسبوقة فى مجالات الإعلام المختلفة من : إنتاج إذاعى وتليفزيونى وسينمائى وإعلانى وتسويقى ووسائط متعددة وإنترنت .

السيدات والسادة :

يأتى انعقاد هذا المؤتمر العلمى فى ظل ظروف إقليمية ودولية تستلزم استنفار كافة الجهود العربية ، واستدعاء الطاقات الكامنة لمواجهة الأخطار المحدقة بالأمة العربية ، وقد أصبحت وسائل الإعلام : المقروءة والمسموعة والمرئية تمارس أدواراً متعددة فى المجتمعات المعاصرة ، و لم تعد هذه الوسائل تقدم فقط الوظائف التقليدية من إعلام وتوجيه وترفيه ، وإنما امتد دورها ليشمل تشكيل الأفكار وقيادة الاتجاهات والسلوكيات بما تنطوى عليه من تطوير الرأى العام ، وتحديد أولويات الاهتمام بالقضايا العامة ، فضلا عن نقل التراث الاجتماعى والثقافى عبر الأجيال ، وقيادة التغيير الاجتماعى ، وتقديم النماذج التى يتوحد معها المتلقون فى مختلف الشئون العامة والفنون والعلوم والآداب .

وفى هذا الإطار يتزايد الاهتمام بالفضائيات العربية كظاهرة مستحدثة ومؤثرة فى مسيرة الإعلام العربى ، بما تنطوى عليه من مردود إيجابى أو سلبى على أفكار المتلقين واتجاهاتهم وسلوكياتهم العامة .

ولعل إحدى المهام الأساسية لمنظرى الإعلام ودارسيه وممارسيه - العمل على تجميع النتائج العلمية حول آثار هذه الظاهرة على الفرد والمجتمع ؛ حيث تتفاوت النتائج بين مؤيد ومعارض . فمن جانب ، يرى المنتقدون للفضائيات العربية أن ممارساتها أدت إلى تدهور مستوى الذوق الثقافى العام ، وأنها ترسخ الشعور باللامبالاة، وأنها تساهم فى الانهيار الأخلاقى العام ، وأنها تشجع الجماهير على تسطيح القضايا الحيوية، وتكرس الخلافات والشقاق العربى ، وتحد من القدرة على الابتكار والتجديد .

ومن جانب آخر، يركز المدافعون عن الفضائيات العربية على عديد من الجوانب الإيجابية ، منها: أنها تلبى حاجة المواطن إلى المعرفة ، وتتيح تعددية الآراء ، وتدعم حرية التعبير ، وتساهم فى الكشف عن الأخطاء وتعرية مواطن الفساد ، وتساهم فى توعية وتثقيف ملايين الأفراد ، وتقدم تسلية يومية - لا ضرر منها - للجماهير التى تحتاج إلى الهروب من التوتر والقلق وتدفعهم إلى الاسترخاء وتجديد النشاط .

ولعل جلسات المؤتمر تتيح جدلاً واسعاً حول تلك الإيجابيات والسلبيات ، قد يسهم فى الخروج بنتائج محددة لتقريب وجهات النظر ، من أجل دعم الإيجابيات وتلافى السلبيات .

السادة الحضور :

لعل أهمية انعقاد هذا المؤتمر فى هذا التوقيت ، تنبع من التلاقى حول موضوع متنازع عليه وقابل للنقاش والجدل ، ويتسع لتباين الأفكار والآراء ، ويمس حياة كل مواطن فى الأمة العربية ، كما يتواكب هذا المؤتمر مع الاحتفال بعيد الإعلاميين ، ومرور سبعين عامًا على مولد الإذاعة المصرية ، وفعاليات المهرجان العاشر للإذاعة والتليفزيون ، وهى فرصة عظيمة لتلاقى العقول العربية من أجل رصد الواقع واستلهام آفاق المستقبل .

إن ما يميز هذا المؤتمر : أنه يهدف إلى تقليص الفجوة بين الأكاديميين والممارسين ، وبين الباحثين المصريين والعرب ، بين من ينتمون إلى تخصص الدراسات الإعلامية والعلوم الأخرى مثل : الهندسة والحاسبات والمعلومات والفنون الجميلة والتطبيقية ، والعلوم الاجتماعية والنفسية .

وحيث إننا بصدد تبادل الأفكار حول دور الفضائيات العربية فى ظل المتغيرات الراهنة والمتوقعة ، أقترح على حضراتكم : توجيه اهتمام خاص لبعض القضايا التى تتطلب المزيد من الدراسة وتبادل الخبرات ، ومنها على سبيل المثال لا الحصر :

أولا : استلهام الوسائل التى تساعد على زيادة قدرة إعلامنا العربى على تحسين الصورة العربية فى المجتمعات الأجنبية ، فى ظل بيئة إعلامية يسودها التنافس والتسابق على سرعة الوصول إلى الجماهير ، وكثافة هذا الوصول .

ثانيًا : محاولة تعرف صيغ مبتكرة للتوفيق بين الوظيفة الإعلامية بوصفها رسالة ، والمنتج الإعلامى بوصفه سلعة ، فى ظل بيئة إعلامية عالمية تشهد ضخ أموال هائلة للاستثمار فى الأنشطة الإعلامية والمعلوماتية .

ثالثًا : كيفية الحفاظ على قوة الدفع التى اكتسبها الإعلام العربى فى السنوات الأخيرة من حيث تحديث بنيته الأساسية ، وتوطين التكنولوجيا المتقدمة ، وتنمية هذه القوة فى اتجاه نشر الخدمة الإعلامية والمعلوماتية لصالح التقدم المعرفى المتوازن لكل شرائح المجتمع .

رابعًا : البحث عن سبل تعميق التفاهم والحوار فيما بين الثقافات العربية ، والتقريب بينها من ناحية، واحترام ذاتية كل مجتمع عربى وخصوصياته من ناحية أخرى .

خامسا : السعى لاستنباط تصور لشكل ومحتوى الفضائيات العربية فى المستقبل المنظور ، حيث يندمج الإعلام الإلكترونى مع الخدمات المعلوماتية فى تفاعلية غير مسبوقة .

الأساتذة الأفاضل ..... السيدات والسادة :

إننا ونحن نستشرف معا آفاق المستقبل ، لنشعر بثقة متزايدة تنطلق من واقع موضوعى يتمثل فى أمرين :

أولهما : النمو الملحوظ للقدرة العربية على توجيه خدمات إعلامية متنوعة ، بدليل ما نراه الآن من عشرات القنوات الإذاعية والتليفزيونية : الأرضية منها والفضائية .

أما الأمر الثانى : فهو التوجه الملحوظ نحو مواكبة الانفتاح الثقافى والفكرى العالمى ، تعبيرا عن الاطمئنان إلى قوة نسيج الثقافة العربية واستنارتها ، وقدرتها على أن تكون طرفاً مؤثراً فى المعادلة العالمية للتنوع الثقافى واللغوى .

وفى هذين الأمرين معاً ، ما يشكل ضمانة أكيدة للأمن القومى العربى ، وصونًا لأهداف وطننا العربى الكبير ، ورؤاه للحياة ودوره فيها .

السيدات والسادة :

إنه ليحدونا كل الأمل : أن تشهد فعاليات هذا المؤتمر إثراءً للحوار العربى بالرؤى والأفكار التى تعزز من قدرات إعلامنا العربى ، وتجدد موارده الفكرية فى سبيل الهدف الذى نلتف جميعاً حوله ، وهو تفعيل الإعلام العربى الذى يجمع ولا يفرق ، يصون ولا يبدد ، يبنى ولا يهدم ، يتكامل ولا يتصارع، يوازن بين الأصالة والمعاصرة ، ينفتح على العالم ولا يتقوقع على الذات ، يخاطب العقل والوجدان ، يراعى النهوض بالمصالح العليا لوطننا العربى الكبير .

وفى ختام كلمتى : يطيب لى أن أتوجه بخالص الشكر والتقدير لراعى الإعلام المصرى ، ومفجر طاقاته السيد/محمد صفوت الشريف – رئيس مجلس أمناء الأكاديمية ، وراعى المؤتمر الذى لم يدخر جهداً فى تذليل كافة الصعاب ، وحفز الشباب ، وتوفير كافة الاحتياجات المادية والتقنية التى حولت الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام من فكرة طموحة تجول بخاطره إلى واقع مادى ملموس ، يشكل إضافة فريدة لمنظومة الإعلام المصرى العظيم .

وخالص الشكر للسيد المهندس/عبد الرحمن حافظ رئيس مجلس إدارة الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامى ، ورئيس المجلس التنفيذى للأكاديمية على احتضانه الكامل لهذا الصرح الأكاديمى العملاق .

وكل الشكر للأستاذة الدكتورة / منى الحديدى عميدة الأكاديمية ورئيسة المؤتمر ... ولا يفوتنى التقدم بخالص التقدير للسادة أعضاء اللجنة التنظيمية للمؤتمر من : أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم ، والجهاز الإدارى ، على جهودهم المخلصة وعملهم الدؤوب بروح الفريق .

وخالص الشكر لجميع الأساتذة الخبراء والباحثين والممارسين الذين قدموا البحوث العلمية القيمة التى تثرى أعمال المؤتمر والرؤى الفكرية التى نتوقع أن يكون لها تأثير إيجابى ملموس على مسيرة الإعلام العربى .

وأجدد الترحيب بالإخوة الأشقاء من كافة الأقطار العربية الذين نتمنى لهم طيب الإقامة فى وطنهم الثانى مصر .

وفقنا الله وإياكم .. وسدد على طريق الخير خطاكم .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

البحـــوث

البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية وحقوق الإنسان

دراسة فى العلاقة بين الفضائيات العربية والملكية الأدبية والفنية

أ. د. محمد حسام محمود لطفى(*)

(ينطبق ما نورده من أحكام فى هذا الشأن على أصحاب الحقوق المجاورة لحق المؤلف ، وهم المؤدون والعازفون ومنتجو الفونوجرام وهيئات الإذاعة ، على أساس أن حقوقهم تابعة لحقوق المؤلفين: وجودًا وعدمًا).

مقـــــدمة

تعـد التوابع الصـــناعية – أو وفقا للتعبير الدارج : الأقمار الصناعية (1) وسيلة متميزة لتبادل الاتصالات بين الدول المختلفة ، وهو ما ترتب عليه إحداث ثورة حقيقية فى مجال البث الإذاعي(2) .

(*)دكتوراه الدولة فى القانون من جامعـــة باريس ، أستاذ ورئيس قسم القـــانون المدنى – كلية الحقوق جامعة القاهرة (بنى سويف) .

(1) المـــنظمة العربـــية للتربية والثقافة والعلوم – إعداد المهندس محمد زكى الشنطى، الأقمار الصناعية، المكتبة الثقافية للراشـــدين، رقم ٦٢، تونس عام ١٩٩٨. وانظر مرجعًا آخر للمنظمة نفسها بعنوان : القنوات الفضائية فى خدمة الثقافة العربية الإسلامية ، تونس عام ١٩٩٨.

(2) Mr. Makeen Fouad Makeen, Copyright in a Global information society: The scope of copyright, protection under International, US, UK and French Law, Center of European Law /King 's college/London - Kluwer Law international - 2000, p. 175.

وتـــرجع بداية العهد فى التفكير فى هذه الوسيلة إلى أواخر الأربعينات، فقد اقترح البعض[1] وضع : توابع صناعية فى مدارات فضائية تبعد عن الأرض مسافة ٢٢,٣٠٠ ألف ميل فوق خط الاستواء ـث يســير أى جسم فى هذا الموضع بسرعة الأرض ، وفى اتجاهها دون الخروج عن المدار، بغرض ن نظام متكامل للاتصالات الفضائية[2]، باستخدام هوائيات ثابتة.

نسبت دراسة منشورة فى مجلة العرب الدولية "المجلة" التى تصدر فى لندن باللغة العربية عن الشركة السعودية للأبحاث والتســويق (عدد السبت ١٧–٢٣ من نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٨٤ فى رقم ٢٤٩ ص ٦٧) هذه الفكرة إلى أحد مؤلفــى روايـــات الخـــيال العلمى الإنجليزى عام ١٩٤٥ . وفى مقدمة كتاب الدكتور محمد المقوسى : إمكانات واستخدامات الشبكة العربية للاتصالات الفضائية الصادر فى سلسلة الحوارات العربية عن منتدى الفكر العربى بعمان عاصـــمة المملكة الأردنية الهاشمية عام ١٩٨٦ (ص١٣) ذكر المؤلف أن هذه الفكرة ظهرت على وجه التحديد على يـــد العالم أرثر كلارك فى مقال له نشر بمجلة .(Review : Wirless World). وأكد د. مكين (المرجع السابق ص ١٧٧) ذلك وأشار إلى أن بيانات المؤلف ومقاله الذى بشر فيه بذلك على النحو الآتى :

Arthur C. Clarke "Extra- terrestrial Relays", wirless world, vol. 51 No., 10, October [1945].

وبذلـــك تغطى الأرض جميعها ما عدا المناطق القريبة من القطبين الشمالى والجنوبى. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، الأقمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ، ص ٢٢.

انظـــر فى هذا الموضوع وعلاقته بحقوق المؤلف كتابنا المعنون بحق الأداء العلنى للمصنفات الموسيقية : دراسة مقارنة بين القانونين : المصرى والفرنسى ، واتفاقيتى برن وجنيف الدوليتين لحق المؤلف ، الهيئة المصرية العامة للكتاب عام ١٩٨٧ ص ١٠٦ وما بعدها. وهـــــذا الكتاب هو الصيغة العربية لرسالتنا لنيل درجة دكتوراه الدولة من جامعـــة باريــس (١١) عام ١٩٨٣ تحت إشراف الأستاذ الدكتور Claude Colombet [وقد توفى سيادته فى مطلع عام ٢٠٠١ بعد حياة حافلة بالعلم والبحث] وبيانات هذه الرسالة باللغة الفرنسية هى كالآتى :

Mohamed-Hossam Mahmoud LOUTFI, Droit d'éxécution des oeuvres musicales étude comparée entre les lois française et égyptienne et les conventions de Berne e de Genève (Actes de paris, 1971), soutenue le 14 Decembre 1983 a la faculté de droi de l'université de Paris XI (sceaux). France.

قال الأستاذ Clarke المشار إلى مقتطفات منه لدى مكين، المرجع السابق ، ص ١٧٧.

وفى عـــام ١٩٦٢ أطلقــت الولايات المتحدة [١] التابع الصناعى (تلستار Telestar)[٢] وفى ٤ من أكتوبر/تشرين ثان عام ١٩٥٧ أرسل التابع السوفيتى Sputnik1، وبعد ذلك بثلاثة أشهر أطلق التابع الأمريكى Explorer 1 ، وهو ما أتاح لأول مرة استخدام الفضاء فى الاستشعار عن بعد، واستطلاع المـناخ والاتصالات والبث الإذاعى. وكان للتابع الهندى Indian Satellite instructional: Site Experiments فضل تأكيد هذا كله ، حيث وجه البث الإذاعى عن بعد لمناطق القرن الهندى المحرومة مــن تلقــى الإرســال التلــيفزيونى[٣]. فنقل البرامج التليفزيونية من بلد إلى آخر ، محققاً بذلك ثورة تكنولوجية عظيمة الأهمية فى مجال الاتصالات ، ولحق بهذا التابع سلسلة من التوابع الصناعية الأمريكية والأوربية[٤].

---

(١) الأستاذ / حمدى قنديل ، الأبعاد الدولية لاستخدامات الأقمار الصناعية فى مجال التربية والثقافة ، بحث منشور ضمن مجموعة أعمال الندوة التى نظمها منتدى الفكر العربى بعمان عاصمة المملكة الأردنية الهاشمية (٩:٨ مارس/آذار عام ١٩٨٦) . وقــد نشــرت أعمال هذه الندوة فى الكتاب التاسع من سلسلة الحوارات العربية التى يصدرها المنتدى وعنوانه : القمر الصناعى العربى بين مشكلات الأرض وإمكانات الفضاء ، الأردن عام ١٩٨٦ ص ٥٥. .

(٢) ويتكون هذا الاسم من كلمتين : الأولى Télé أى عن بعد والثانية star ومعناها نجم أو كوكب .

(٣) أطلــق عـــام ١٩٦٢ التابع الصناعى ألووت الأول (Alouette I) وتبعته سلسلة من التوابع أطلقت جميعا بغرض خدمــة العــلم، فأطلقت فى الفترة ما بين الأعوام ١٩٦٥-١٩٧١ ثلاثة توابع تحمل الأسماء الآتية : ألووت الثانى (Alouette II) وإيــزيس الأول (Isis I) والــثانى (Isis II) : انظــر فى تفصيل ذلك مقال الأستاذ Victor : NABHAN

Les satellites et le droit d'auteur au Canada, Revue RIDA no. 120 , Avril 1984 p. 5 note no. 5.

ولحق الاتحاد السوفيتى بهذا الركب بسرعة فأطلق سلسلة توابع Molniya : ففى ٢٣ من أبريل/نيسان عام ١٩٦٥ أطلــق Molniya 1-A وفى ١٤ من أكتوبر/تشرين أول عام ١٩٦٥ أطلق Molniya أما فى ٢٥ من أبريل/نيسان عام ١٩٦٦ فقد أكمل السلسلة بإطلاق Molniya 1-C انظر فى تفصيل ذلك :

Nicolas mateesco MATTE, Aerospace Law: Telecommunication Satellites, Butterworth/Canada 1982 pp. 169:170.

وجديــر بالذكر أن أول قمر (تابع) بدأ ببالونات بلاستيكية مغلفة بالألومنيوم وتعمل كعاكسات مثل المرآة حيث تعكــس المواد المعدنية ومنها الألومنيوم موجات البث الكهرومغناطيسية مثلما تعكس المرآة الضوء، وتم إطلاقه من الولايــات المــتحدة الأمريكية فى أغسطس/آب سن ١٩٦٠ تحت اسم إيكو (١) ثم تبعه فى الأول من يناير/كانون الــثانى سنة ١٩٦٤ آخر فى إطار مشروع مشترك أمريكى سوفيتى. ولخلو هذه الأقمار (التوابع) من الأجهزة كانت ذات فاعلية متدنية إلى أن أطلقت الولايات المتحدة الأمريكية قمرا (تابعا) تحت اسم سكوردوش وجهت رسالة عن المــيلاد لســلام العالم من الرئيس أيزنهاور إلى جهاز القمر (التابع) وتم بثها عبر القمر التابع إلى العالم، وظل القمر (التابع) يعمل لمدة ١٣ يوماً فقط.

(٤) مكين ، المرجع السابق ، ص ١٧٧.

وتنبه العرب فى وقت مبكر إلى أهمية الاستغلال العلمى والثقافى لهذه التكنولوجيا الحديثة، وصدرت عن مؤتمراتهم عدة توصيات بضرورة إنشاء شبكة فضائية للعرب . وفى عام ١٩٧٦ أنشئت **"المؤسسة العربـــية للاتصالات الفضائية"** تحت اسم عربسات[١] (ARABSAT) بغرض خدمة الاتصالات بين بـــلاد الوطن العربى بوجه عام ، ونقل الإرسال الإذاعى والتليفزيون المحلى والجماعى فيما بينها بوجه خـــاص[٢]، وسرعان ما تحقق الحلم الكبير، وأطلق التابع الصناعى العربى الأول فى الساعة الواحدة من صباح السبت الموافق الثامن من شهر فبراير/شباط عام ١٩٨٥ من قاعدة كورو الجوية بمستعمرة جويانا الفرنســـية بأمريكا الوسطى[٣] بواسطة الصاروخ الفرنسى آريان ، وحمل هذا التابع اسم أ A[٤]. وقد منى هذا التابع بصعوبات تقنية ، جعلت منه تابعاً احتياطيًّا لتابع جديد أطلق من خلال مكوك الفضاء

---

(١) وهى مكونة من كلمة "عرب" وكلمة "سات" . والكلمة الأخيرة هى المقطع الأول من كلمة Satellite وتعنى تابع (أو قمر) صناعى بالإنجليزية والفرنسية ..

(٢) المقوسى، المرجع السابق ، ص ١٦ وأعمال ندوة عمان السابق الإشارة إليها فى هامش رقم (٥)، ولعربسات محطتا تحكم فى تونس العاصمة وديراب المملكة العربية السعودية (انظر موقع عربسات على الإنترنت :

http://www.arabsat.com/aboutus/system.html.

(٣) خـــبر تناقلته وكالات الأنباء ونشرته جريدة الجمهورية فى ٩ من فبراير/شباط عام ١٩٨٥ ص ١ ، ٣ . وكان قد ذكر البعض أن تاريخ الإطلاق كان ٢٨ من فبراير/شباط عام ١٩٨٥ (المقوسى ، المرجع السابق فى ص ١٨). وقد أكـــد الأستاذ حمدى قنديل (عربسات ، الشبكة الفضائية العربية وقضايا الاتصال فى الوطن العربى فى الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٩ ص ٥) أن التاريخ المقصود هو الثامن من فبراير/شباط عام ١٩٨٥.

(٤) وقد استقر هذا التابع فى المدار الأرضى الثابت على ارتفاع ٣٦٠٠٠ كيلو متر فوق خط الاستواء عند خط الطول ١٩ درجة شرقا وتم إطلاقه بتكلفة قدرها ٢٣ مليون دولاراً : انظر فى ذلك المقوسى ، المرجع السابق ، ص ١٨ . ويقصد بوضع القمر (التابع) على هذا العلو أن يكون على علو يساوى ستة أضعاف ونصف قطر الأرض ، وعشر المســـافة تقريبًا بين الأرض والقمر (التابع) الطبيعى قمرنا قمر الشعراء ؛ بهدف تغطية مساحات شاسعة من الكرة الأرضـــية (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الأقمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ، ص ٢٢). وتكون بذلك الإطلاق باتجاه الشرق للاستفادة من السرعة التى تكتسبها من جراء دوران الأرض حول نفسها على أن تقع نقطة الإطلاق على ساحل شرقى للتأكد من التخلص من محركات الصاروخ المستهلكة وغيرها من حطام الصاروخ فوق البحر وليس فوق الأرض (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، الأقمار الصناعية سالف الإشارة إليه ص ٣٥).

الأمريكي ديسكفرى (Discovery) فى ١٨ من يونيو/حزيران من العام نفسه ، وحمل اسم B1 [١] ، وكـــان هناك تابع آخر مخزون تحت الأرض لدى منتجه ، منتظراً الإطلاق بعد أن يقف القائمون على التابع العربى على مدى نجاح التابعين الأولين ليتم إطلاقه لتفادى ما قد يواجهان من صعوبات تقنية غير منتظرة[٢]، وأطلق بالفعل عام ١٩٩٢ [١].

---

(١) وقـــد استقر هذا التابع فوق خط الاستواء على ارتفاع التابع الأول نفسه عند خط الطول ٢٦ درجة شرقا وبلغت تكالـــيف إطلاقـــه ٥ر١١ مليون دولار: انظر فى ذلك المقوسى، المرجع السابق، ص ١٨. هناك اختلاف مهم بين نظـــامى الإطلاق الصـــاروخى والمكوكى ينتج عن اختـــلاف المكان الأرضى الذى تتم منها عمـــلية الإطلاق . فصاروخ آريان يتم إطلاقه من نقطة "كورو فى غيانا الفرنسية الواقعة فى أمريكا الجنوبية والتى تقع على خط عرض ٥ شمال خط الاستواء ، وهكذا عندما ينطلق الصاروخ نحو المدار الدائرى المنخفض يكون سطح ذلك المدار مائلاً بمقـــدار ٥ درجـــات عن سطح خط الاستواء الذى يتطلب الالتزام به لحركة القمر الصناعى فى المدار المتزامن. أما المكوك الفضائى فهو يطلق من نقطة "كيب كينندى" فى فلوريدا فى الولايات المتحدة والتى تقع على خط عرض ٢٨ درجـــة شمـــال خط الاستواء. وبهذا يكون المسطح الدائرى أكثر انحرافًا من سطح مدار الصاروخ "آريان" متطلبة استهلاكًا أكثر لوقود الدفع ، وذلك يمكن أن يكون له أثر عكسى على عمر القمر " (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الأقمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ، ص ٣٥).
وكـــلا الـــنظامين يحمـــلان الأقمار الصناعية إلى مدار دائرى منخفض على ارتفاع حوالى ٢٠٠ كلم فوق سطح الأرض، ينفصـــل بعدها القمر الصناعى عن الصاروخ أو المكوك ، وبعد ذلك تطبق أساليب عديدة لوضعها فى ما يســـمى بالمدار ببيضاوى الشكل وذلك بزيادته سرعة القمر حيث إن مدار القمر الصناعى لم يعد دائريا بل أصبح بيضـــاويًا.. حيث تكون نقطة الحضيض قريبة من الأرض على ارتفاع ٢٠٠كلم حيث انفصل القمر عن صاروخ الإطـــلاق وتكـــون نقطة الأوج على ارتفاع ٣٦ ألف كلم وهى ارتفاع المدار المتزامن؛ ليتم من بعد زيادة سرعة القمـــر عـــند نقطة الأوج لتصل إلى ١١ ألف كلم فى السرعة جاعلة مداره دائريًا مرة أخرى. وتتم زيادة السرعة بواسطة تركيب محركات دفع فى القمر الصناعى تستخدم فيها أنواع متنوعة من الوقود (المرجع نفسه ص ص ٣٣ – ٣٤).

(٢) تشـــترك فى هـــذا الـــتابع الصناعى ٢٢ دولة عربية (جريدة الأهرام فى ١٠ من سبتمبر/ أيلول سنة ١٩٨٤) وذكر الأســـتاذ حمدى قنديل أن حصة مصر ٢٦ سهما قيمة السهم الواحد ٠٠٠ر٦٠٠ر٢ دولار وأن هذا الرقم يشكل ٥٩ر١% مـــن نسبة المساهمة الفعلية (الكتاب السابق ص ٢٣). ويبلغ رأس المال المدفوع مائة وثلاثة وستين مليون دولار أمـــريكي تقريـــبا بالنسب الآتية : السعودية(٣٣,٦٦%)، والكويت (١٤,٩%)، وليبيـــا (١١,٢٨%) ، وقطر (٩,٨١%) ، والإمارات العربية المتحـــدة (٤,٦٦%)، والأردن (٤,٠٥%)، ولبنان (٣,٨٣%)، والبحرين (٢,٤٥%)، ســـوريا (٢,٠٨%)، والعـــراق (١,٩%)، والجـــزائر (١,٧٢%)، واليمن (١,٦٥%)، ومصـــر (١,٥٩%)، وسلطنة عمان (١,٢٣%)، وتونس (٠,٧٤%)، والمغرب (٠,٦١%) ، والســـودان (٠,٢٧%) ، وموريتانيـــا (٠,٢٧%)، وفلسطين (٠,٢٥%)، والصومال (٠,٢٤%)، وجيبوتى (٠,١٢%).

ويتراوح العمر المفترض للتوابع الصناعية بوجه عام بين سبع وعشر سنوات من تاريخ الإطلاق [٢]، أما العمر الافتراضى للتابع الصناعى العربى – الأصلى والاحتياطى – فهو سبع سنوات فقط . وللأسف

- وجدير بالذكر أن عربسات ١٤ بيع إلى منظمة بحوث الفضاء الهندية : [ISRO: Indian space Research organization]

انظر فى هذا كله موقع عربسات على الإنترنت : http://www.arabsat.com/aboutus/system.html.

وفى عام ١٩٨٥ أعلن وزير الإعلام المصرى أن مصر بصدد إجراء دراسات علمية وعملية لإطلاق تابعها الصناعى الخاص بعد أن جمدت عضويتها فى هذا التابع لظروف سياسية عربية (بجلة أكتوبر/تشرين أول الأسبوعية ، عدد رقم ٤٥٦ السنة التاسعة ، يوم السبت الموافق ٢١ من يوليه سنة ١٩٨٥)وهو ما تحقق فى عام ١٩٩٨ كما سنرى لاحقًا (ص ٨ ومـــا بعدها)، ومع مطلع عام ١٩٨٩ استجابت الدول العربية لتوصيات ندوة القمر الصناعى العربى وآفاق تنمية الثقافة القومية والخاصة بدعوة الدول العربية إلى سرعة اتخاذ قرار على المستوى المطلوب لإلغاء تجميد عضوية مصر لدى المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) (انظر توصيات هذه الندوة التى عقدت بناء على دعوة منـــتدى الفكـــر العربى بعمان عاصمة المملكة الأردنية الهاشمية فى الفترة ما بين ٨-٩ من مارس/آذار عام ١٩٨٦ المنشـــورة فى كتاب المقوسى سابق الإشارة إليه ص ٨٨ وفى الكتاب الصادر عن هذه الندوة ، سابق الإشارة إليه ، ص ١٥٤) وفى ١٢ مـــن شـــهر يونـــيو/حزيران سنة ١٩٩٠ تم الاتفاق بين المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربســـات) والهيـــئة القومية لاتحاد الإذاعة والتليفزيون على تأجير الأولى للثانية "سعة قمرية لغرض تلبية خدمات الإذاعـــة والتليفزيون المصرى ، لمدة ثلاث سنوات تبدأ فى أول نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٩٠ وقابلة للتجديد بناء عـــلى طلـــب المســـتأجر . ونؤكد فى هذا المقام أن مصر انضمت إلى اتفاقية إنشاء الهيئة الدولية للأقمار الصناعية للاتصالات البحرية "انمارسات" وملحقها واتفاق التشغيل المرفق بها الموقعة فى لندن بتاريخ ٣ من سبتمبر /أيلول سنة ١٩٧٦ بموجـــب القرار الجمهورى رقم ٣٤١ لسنة ١٩٧٧ الصادر فى ١٩ من يوليه/تموز ١٩٧٧ وبدأ العمل بها فى مصر اعتباراً من ٢٩ من سبتمبر/أيلول سنة ١٩٧٧ (الجريدة الرسمية، العدد الرابع ، ٢٦ من يناير/كانون الثانى سنة ١٩٧٨).

(١) الدكتور إبراهيم بدران ، أعمال ندوة منتدى الفكر العربى ، سابق الإشارة إليها، ص ٤٦.

(٢) المقوسى ، المرجع السابق ، ص ١٩ و ٢٩ . وقد أفاد السيد عبد الله الشرهان وزير المواصلات الكويتى عام ١٩٩٠ وأحـــد أبـــرز المسئولين فى حينه عن "عربسات" أن الرأى استقر على مد العمر التقنى للتوابع الموجودة فى الفضاء (مقابلة شخصية مع سيادته فى الكويت تمت فى السادس من شهر نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٩٠) وأعلن مدير عام المؤسسة الغربية للاتصالات الفضائية أن الجهود أثمرت وامتد العمر الافتراضى لهذه التوابع إلى تسع سنوات بدلا من ســـبع ســـنوات بمعـــنى أن عمر التابعين امتد إلى عام ١٩٩٤ بدلا من عام ١٩٩٢ (مقابلة شخصية مع سيادته فى الكويت فى السادس من نوفمبر/تشرين ثان سنة١٩٩٠).

فقـــد لاحـــق الحظ العاثر هذين التابعين[1] إلى أن أصدرت الجمعية العمومية لعربسات قرارًا باعتماد الأسس التجارية فى التشغيل مع التأكيد على الأهداف التى أنشئت بموجبها المؤسسة .

وفى عـــام ١٩٩٢ أطلـــق التابع الثالث من الجيل الأول ليوفر خدمات الاتصالات وقناة للتبادل الإخـــبارى والبرامجى وقنوات البث المحلى (Domestic Network) والمباشر (Direct-to-home: DTH) ، وتم التعاقد مع Aerospatiale لتصنيع تابعين من الجيل الثانى وهما عربسات A2 الذى أطلق عـــام ١٩٩٦ وحولت إليه جميع قنوات البث المباشر وعربسات B2 الذى أطلق فى نهاية العام نفسه ، وحولـــت إلـــيه جميع الخدمات الإقليمية والاتصالات وقنوات التبادل ، ثم اتفق على تصنيع عربسات BSS1 الحامل لـــ ٢٢ قناة (قمرية) فى الحزمة KU [2]:

وجديـــر بالذكـــر[3] أن أول تابع صناعى مصرى للبث التليفزيونى المباشر أطلق عليه Nilesat (Code: 1998 - 024 A) قـــد بنى بمعرفة الشركة الفرنسية [Matra Marconi space]. وأطلق فى ٢٨ من إبريل/ نيســـان من قاعدة كورو (Kourou) بجايانا الفرنسية (Franch Guyana) بواسطة الصـــاروخ آريـــان (44p rocket) وزنـــه ١,٦٦٦ كـــيلوجرام ، وبدأ التابع العمـــل فى الأول من يونيو/حـــزيران سنة ١٩٩٨ وعمـــره اثنتا عشرة سنة. ويتمتع هـــذا التابع فضلاً عن قنواته السمعية وقنوات المعـــلومات بطاقة بث إذاعى لـــ ٨٤ قناة إذاعية موجهة إلى المنازل التى يحوز أصحابها أطباقًا مخروطية صـــغيرة قطرها (٦٠سنتيمترًا) ، ويغطى التابع العالم العـــربى كله من المغرب إلى الخليج العربى وبعـــض بلـــدان أوربا الغربية. وقد استأجرت شبكة راديو وتليفزيون العـــرب (ART) جزءًا منه ، والجزآن الآخـــران مستأجران من محطات تليفزيونية لبلدان قريبة.

والمهم فى هذا المقام ، أن هذا التابع ليس استثمارًا حكوميًّا بحتًا حيث تبلغ حصة الحكومة المصرية فـــيه ٢٠% ، ويملك اتحاد الإذاعة والتليفزيون ٤٠%، والباقى طرح فى بورصة الأوراق المالية للبنوك

---

(١) جديـــر بالذكـــر أن عربســـات 2A أطلـــق فى ٩ مـــن يوليه سنة ١٩٩٦ وأن عربسات 2B أطلق فى ١٣ من نوفمـــبر/تشرين ثان سنة ١٩٩٦ ويمتد عمره حتى عام ٢٠١٢: أما الثالث فهو عربسات 3A فقد أطلق فى ٢٦ من فبراير/شباط سنة ١٩٩٩ ويغطى كل البلدان العربية وأوروبا الغربية.

انظر فى هذا كله موقع عربسات على الإنترنت : .http://www.arabsat.com/aboutus/system.html

(٢) الأستاذ سفيان النابلسي، الوضع الراهن للقنوات الفضائية العربية وتطور أنظمة الاتصال فى الوطن العربى والعالمى ، منشور فى القنوات الفضائية العربية ، سالف الذكر ص ٢٧٣ ، ٢٧٤.

(٣) نقـــلاً عن موقع على الإنترنت : http://www.medea.be/en/index431.htm .

والأفراد فى شكل أسهم غطيت قيمتها بالكامل ، وقد شجع هذا كله الحكومة المصرية على التعاقد على صـــنع الـــتابع الثانى فى مارس/آذار عام ١٩٩٩ مع الشركة الفرنسية نفسها صانعة التابع الأول حيث استفادت مصر من التصنيع بسعر التابع الأول نفسه مع خصم خاص يناهز ٣٠% من سعر التابع الأول تطبيقاً لعقد تصنيع الأول.

وقد أطلق فى السابع عشر من أغسطس/آب سنة ٢٠٠٠[1] على التابع الجديد NileSat 102 من المحطـــة نفسها التى أطلق منها التابع الأول، وبدأ التشغيل فى الربع الثالث من عام ٢٠٠٠ وطاقته البثية

(١) بـــدأ الإطلاق فى الساعة الثامنة والدقيقة ١٦ من مساء أمس الأول الخميس بتوقيت أمريكا اللاتينية (الثانية و ١٣ دقـــيقة بتوقيت القاهرة)، وإطلاق القمر الصناعى المصرى (نايل سات ١٠٢) وقد استغرقت وقائع الإطلاق ساعة كاملة منها ٣٠ دقيقة و ٢٠ ثانية لعملية الإطلاق منذ ساعة الصفر إلى انتهاء مهمة الصاروخ آريان فى رحلة ١٣١ للفضـــاء وانفصـــل القمر الصناعى عنه بنجاح على بعد ٢٠٠ كيلو متر من سطح الأرض . وهذا القمر من صنع شركة ماترا ماركونى، وقد تابع الوفد المصرى تفاصيل الإطلاق عبر شاشات ضخمة بقاعة جوبيتر بقاعدة كورو . [وجدير بالذكر أن الصاروخ آريان الذى حمل القمر كان يحمل أيضًا القمر البرازيلى (برازيل سات) إلى الفضاء]، وقد استقر القمر المصرى بذلك فى مدار ٧ درجات غربًا بعد أن قطع رحلة الـــ ٣٦ ألف كيلومتر مربع ليستقر فى مداره الافتراضى وهى ١٦ عامًا . والقنوات التليفزيونية والإذاعية المحملة على القمر الصناعى المصرى هي:

- القـــنوات التليفزيونـــية وعددهـــا ٧٧ وتشمل : القنوات المفتوحة وعددها ٤٨ قناة هي: قنوات اتحاد الإذاعة والتلـــيفزيون . ١٣ القنوات المتخصصة الجديدة: الأسرة والطفل – المنوعات – الدراما – الرياضة – الثقافة – الأخبار – القنوات الفضائية المصرية العامة : القناة الأولى – الفضائية الثانية – قناة النيل تى فى – نيل تى فى – القنوات الأرضية المصرية: القنوات الأولى – الثالثة – الخامسة – الثامنة – القنوات التعليمية العامة: الابتدائى – الإعدادى – الثانوى العام – الثانوى الفنى – التنوير – لغات – تعليمية – التعليم الجامعي: قناة الجامعة الأولى – القناة الجامعية الثانية – القنوات الصحية – قناة حورس قناة نفرتيتى – قناة البحث العلمى .
- القنوات العربية وتشمل شبكة الأخبار العربية "ايه. ان ان" – فلسطين – مركز تليفزيون الشرق الأوسط "إم بى سي" قناة إذاعية – سلطنة عمان – البحرين – الكويت – قناة الأندلس – ليبيا – العراق – القناة المستقلة – إن حـــى إن – عجمان – قناة الجزيرة – قنوات دبى – دبى الفضائية – دبى المتخصصة – الرياضة – الاقتصادية – الدراما – قريبا.
- القنوات العالمية وتشمل : القناة الفرنسية الخامسة تى فى – قناة النايل سات – قناة البروموشن – قناة التسويق والتنشيط والدعاية – قناة السفر والسياحة – قناة التسوق المنزلى – موريكو – تميمة للتسويق .
- القـــنوات المشفرة وعددها ٢٩ قناة وتشمل : مجموعة قنوات راديو وتليفزيون العرب – آيه أر تى /١٢/ آرتى الموســـيقى – آرتى الأطفال – آرتى المنوعات – أر تى الرياضة – أر تى يورو ٢٠٠٠ – أرتى الأفلام . أر تى على كيفك– ارتى المفتوحة – قناة اقرأ– تى فى تى– اليى سى اللبنانية – بى فوريو الهندية – قناة المناهج. –

بلغت مائة محطة رقمية موجهة إلى حائزى الأطباق المخروطية ذات قطر ٦٠ سنتيمترًا ، وعمره خمسة عشر عامًا وزنته ١,٨٠٠ كيلوجرام وليس كالأول ١,٦٦٦ كيلوجرام.

وإذا كانت الكرة بذلك قد خرجت من ملعب القانونيين ، فهى الآن فى ملعب الإعلاميين حيث علـــيهم العمل على ملء ما لديهم من قنوات فضائية ، بما يجاوز الانبهار من قدرة هذه القنوات تقنيًا والانتقال إلى تحقيق أهداف أمة العرب بحمايتها من الهيمنة والتدفق والغزو الضار[1]، ومراعاة أن الصورة "مضـــمون" قبل أن تكون "شكلاً" أو "هندسة".. وهى خطاب مشحون بالدلالات .. و(إن) التعبير عـــنها مرتـــبط ارتباطاً لا فكاك منه بالصورة فى أبعادها الثلاثة : الذهنية والمادية والبلاغية[2]، وهو ما يستدعى تكامل المؤسستين الإعلاميتين: الاسمية والخاصة من أجل إنتاج خطاب ثقافى عربى يستثمر كل أبعاد الصورة فى ترويج تجليات هويتنا التاريخية والحضارية"[3] حيث يطرح "استقبال القنوات التليفزيونية العربية فى أوروبا" مشكلة ثقافية تتعلق بتماســك المجتمع ووحدته[4]. ولعل هذا هو الذى عبر البعض عـــن مخاوفه تجاهه بقوله : " إن المؤشرات العامة للبرامج الثقافية العربية كماً ونوعاً ، تؤكد أن الطفل

● مجموعة قنوات الشوتايم /١٥ قناة وتشمل قناة الأفلام - بارامونت/ تى فى - أند - إم. بى. فى اتش ١ - بلومبرج - المستقبل - ستايل - ديسكفرى - صوتى - تى - سيز أن سى إن. إن. أون بى. فى - هول مارك.

● أما القنوات الإذاعية فيبلغ عددها ٢٤ قناة وتشمل:

أولاً : المفـــتوحة ١٤ وهـــى قناة اتحاد الإذاعة والتليفزيون - البرنامج العام - البرنامج الثقافى - صوت العرب - الشرق الأوسط - البرنامج الأوربى - الشباب والرياضة - القاهرة الكبرى - وادى النيل - وفلسطين.

● القنوات العربية والأجنبية وهى العراق ١، ٢ - ام جى سى - أف أم - أرتى ١ - أرتى ٢ - راديو فرنسا الدولي.

ثانيًا : القنوات المشفرة وهى ١٠ وتشمل : مجموعة قنوات الشوتايم ١٠ قنوات هي:

كلاسيك روك - رقص - جاز - نيوكانترى - مختارات كلاسيكية - أغان عاطفية - ممنوعات غربية - منوعات فرنسية - منوعات عربية .

انظر هذا كله الأهرام ، العدد الصادر فى ١٩ من أغسطس/آب سنة ٢٠٠٠ ص ١٣.

(١) د. زكـــى الجابـــر، قـــراءة فى المضمون الثقافى والإعلامى فى القنوات الفضائية العربية، منشور فى النوات الفضائية العربية، سابق الإشارة إليه ص٤٨.

(٢) د. عبد الله حيدري، الفضائيات العربية والزمن الاجتماعى (نحو إيجاد معادلة لنشر الثقافة العربية الإسلامية)، منشور فى القنوات الفضائية العربية، سبق الإشارة ص٦٤.

(٣) الأســـتاذ أحمـــد العاقد، من نسف الانغلاق إلى نسف الانفتاح: عن التواصل الثقافى فى القنوات الفضائية العربية ، منشور فى القنوات الفضائية العربية ، سابق الإشارة إليه،ص٨٠.

(٤) د. الصـــادق الحمـــامى: الوطـــن، الصورة، الهوية: مقاربة لعلاقة المهاجرين العرب فى أوروبا بالقنوات التلفزيونية الفضائية العربية، منشور فى القنوات الفضائية العربية، ص١٠٠.

والشاب العربيين لا يوجد لديهما منبع غير المنبع الأجنبى، وأن ما يمرر عبر الفضائيات العربية بأنه منتوج ثقافى محلى لا يشكل بديلا عن المنتج الأجنبى : مضمونا وتقنية"[١].

وقـــد يكون الأولى والأجدى فى هذه المرحلة تنفيذ توصية المؤتمر التاسع لوزراء الثقافة العرب فى اجتماعه فى بيروت فى السادس عشر من شهر يناير/ كانون الثانى عام ١٩٩٤ بدعوة البلدان العربية إلى "إنشاء قناة تليفزيونية عربية مشتركة تخصص للبرامج الثقافية"، وهى دعوة فيها حث للدول العربية على الالتزام بقرار مجلس وزراء الإعلام العرب فى الدورة الرابعة والعشرين التى عقدت فى تونس خلال شهر أغسطس/ آب عام ١٩٨٨م بالاستفادة من القناة التلفزيونية للقمر الصناعى العربى والتى كلفت الدول الأعضـــاء ربع تكلفة القمر ، و لم يستفد منها أحد ، إلى أن استأجرها مصر فى نهاية عام ١٩٩٠ لتبث منها قناتها الفضائية الأولى[٢] وكان المتبقى من العمر الأساسى للتابع هو عامان.

على أية حـــال ، فمـــا إن أقـــدمت مصـــر على ما أقدمت عليه حـــتى شمرت بقية البـــلدان العـــربـــية عـــن ســــاعد الجـــد ، وبدأت فى تشجيع القـــنوات المحـــلية الحكومية والخاصـــة[٣]، فنشـــأت قنـــاة مركز تليفزيون الشـــرق الأوسط[٤]، وقـــنوات راديو وتلفزيون العـــرب[٥]، وقناة

---

(١) د. محمـــد طـــلال، الثقافة الموجهة للأطفال والشباب فى القنوات الفضائية العربية فى منشور فى القنوات الفضائية العربية...، ص١١٧

(٢) الأســـتاذ ســـعد لبيـــب،نحو إقامة قناة تلفزيونية ثقافية عربية موحدة، منشور فى القنوات الفضائية العربية...، ص ١٢٣:١٢٤.

(٣) الأســـتاذ سفيان النابلسى، الوضع الراهن للقنوات الفضائية العربية وتطور أنظمة الاتصال فى الوطن العربى والعالمى، منشور فى القنوات الفضائية العربية / سابق الإشارة إليه، ص٢٧٠..

(٤) محطـــة تلفزيونية عربية فضائية مملوكة للقطاع الخاص ، وأنشئت بتمويل سعودى مقرها لندن وصدر ترخيصها من هيـــئة الـــتلفزيون المستقل فى بريطانيا ITV وبثها مفتوح (غير مشفر) وتعتمد فى تمويلها على ما تتلقاه من دعم وإيـــرادات الإعلان والبرامج المكفولة،وبدأت إرسالها فى ١٨ من سبتمبر/أيلول سنة ١٩٩١ وتغطى بإرسالها أوروبا والشرق الأوسط وشمال إفريقيا والولايات المتحدة الأمريكية ولها خمس قنوات (لبيب، نحو إقامة قناة تلفزيونية ثقافية عربية موحدة..... ص١٣١:١٣٢ .

(٥) بـــدأت بقناة تلفزيونية فضائية واحدة فى ١٨ من أكتوبر/تشرين أول سنة ١٩٩٣ على عربات من مركز البث فى فوشـــينو بإيطاليا، وهو مركز دولى للمحطات الأرضية المتصلة بالعديد من الأقمار الصناعية ، يملكها رجل أعمال ســـعودى ومجموعـــة البركة، وتعتمد فى التمويل على أساس تجارى . وقامت بالبث المفتوح (أى غير المشفر) حتى نوفمـــبر/تشرين ثان سنة ١٩٩٦ حتى دخلت فى حزمة "الأوائل" على القمر الأمريكى (بانام سات-٤) الذى يغطى مـــناطق آسيا وأفريقيا مع القمر الصـــناعى عربسات 2A الذى يغطى المنطقة العـــربية ، وتلتها قنوات أخرى غير مســـتقرة وهى قناة أمريكا (١ ديسمـــبر/كانون أول سنة ١٩٩٦)، وقناة استراليا (منتصف عام ١٩٩٦) فضلا =

أوربـــت [١]، وقناة الجزيرة(ISC) [٢]، وقنوات النيل المتخصصة[٣]، إلى جوار قناة النيل الدولية باللغة الإنجليزية والقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية[٤].

فى المقـــابل ، نجد دولة صديقة تربطها بالعرب صلات نسب ومصاهرة وهى تركيا تستخدم هى أيضاً تابعين صناعيين وهما (Turksat 1-B) و (Turksat 1-C) ، أطلق الأول فى ١١ أغسطس/آب ســنة ١٩٩٤ وزنته ١,٧٧٩ كيلو جرام ليستقر على ارتفاع ٣٥,٨٠٠ كيلو متر، أما الثانى فقد أطلق فى ٩ من يوليه سنة ١٩٩٦ ليستقر على الارتفاع نفسه ليخدم البث الإذاعى (إذاعة وتليفزيون) لتركيا وجيرانها[٥]. ونجد أيضا دولة إسرائيل لديها على الأقل تابعان وهما AMOS 1 و OFEQ-3، ويزن

= عــن ١٤ مركزًا للإنتاج موزعة بين العواصم العربية وعدد من المدن الأوروبية بالإضافة إلى سبعة مكاتب للإعلان، وافتتحـــت فى منتصف أكتوبر/تشرين أول عام ١٩٩٦ مركزًا جديدًا للإنتاج والبث مبنى فى بلدة "افيزانو" بإيطاليا مجهـــز بأنظمـــة التلفزيون الرقمى يمكنه بث ١٦ قناة تلفزيونية وإعادة بث ٢٥ قناة أخرى: نحو إقامة قناة تلفزيونية ثقافية عربية موحدة...، ص١٣٣ .

(١) إحـــدى قـــنوات شـــركات الموارد السعودية للأمير خالد بن عبد الرحمن آل سعود، وبدأ البث رسميا فى ٢٥ من مـــايو/أيار سنة ١٩٩٤ (لبيب، نحو إقامة قناة تلفزيونية عربية موحدة ص١٢٣ . وكان مركز البث روما / إيطاليا (النابلسى، الوضع الراهن للقنوات الفضائية... ، سابق الإشارة إليه فى ص٢٧٧.

(٢) أنشـــأتها مؤسسة لها استقلالها الذاتى بتمويل من دولة قطر، وبدأت إرسالها من الدوحة فى نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٩٦ وتخصصت فى الأخبار والأحداث الجارية : لبيب، نحو إقامة ...... ص ١٣٣.

(٣) بـــدأت بقناة النيل للدراما فى سبتمبر/أيلول سنة ١٩٩٦ وبثت برامجها المشفرة وتلتها قنوات مفتوحة (غير مشفرة) الأخبار، والثقافة، والرياضة، والتعليم، والمنوعات والأسرة والأطفال: نحو إقامة ..... ص ١٣٤ .

(٤) تضـــم القنوات الفضائية المصرية وقناة النيل الدولية وقناة الفضائية المصرية وقناة النيل الدولية، وتبث القناة الفضائية المصرية من خلال: القمر الصناعى العربى (عربسات) ، والقمر الصناعى الأوروبى يوكلسات والقمر الصناعى العالمى انتلســـات، والقمر الصناعى أساسيات . وتبث قناة النيل الدولية التى تذيع برامجها باللغتين الإنجليزية والفرنسية من خلال القمر الصناعى العربى عربسات، والقمر الصناعى العالمى انتلسات،وتشمل القنوات الفضائية المشفرة حاليا قناة النيل للدراما والقناة الفضائية المصرية، وتبث هاتان القناتان ضمن مجموعة "الأوائل" بينما تنقل القناتان مع القنوات الفضـــائية المصـــرية المفتوحة إلى الولايات المتحدة الأمريكية. وهذا كله يتيح تغطية القنوات الفضائية المصرية كلها لأكبر مساحة جغرافية .

انظـــر فى تفصـــيل ذلك الأستاذ حسن محمد حامد أحمد: تجربة القنوات الفضائية المصرية، منشور فى القنوات الفضائية المصرية العربية، سابق الإشارة إليه ص٣٧٢:٣٧٤ وانظر تقارير بتجارب فى مجال البث الفضائى فى الأردن، والشـــارقة،والبحرين، وتونـــس، والجزائر،والسودان، وسوريا، وسلطنة عمان وموريتانيا واليمن . القسم الثانى من كتاب القنوات الفضائية العربية، سابق الإشارة إليه ص ٣١٥:٣٩٢ .

(٥) موقع: http://www.meda.be/en/ index 354.htm

الأول ٩٩٦ كيلو جرام وأطلق في١٦ من مايو/أيار سنة ١٩٩٦ وهو تابع مخصص للاتصالات السمعية، والسمعية البصرية، أما الثاني فهو للمتابعة العسكرية وأطلق في ٥ من مايو/أيار سنة ١٩٩٦.

وإذا كانت كل التوابع المصرية والتركية قد أطلقت بصاروخ Ariane من قاعدة كور بمستعمرة جايانــا الفرنســية فقد أطلق هذا التابع الإسرائيلي بصاروخ إسرائيلي الصنع وهو Shavit من قاعدة جنوب تل أبيب في (Palmahim) وهو من صنع شركة:

(IAI : Israel Aircraf Industries) و (MLM System Engineering and Integration)[1]

ومما تقدم يتضح مدى حرص الدول جميعا على التواجد الفعال في الفضاء الخارجي ، وتملك زمام المبادرة الإعلامية بمعناها الواسع [2] في عالم لم يعد يعرف للبث الإذاعي حدوداً جغرافية أو قيوداً تقنية إلا بقدر رغبة موجه البث وليس متلقيه.

عــلى أيــة حال ، فإن تجربة المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) في تأمين خدمات الاتصالات الفضائية في جميع الدول العربية[3] تستدعي التروي في توجيه رءوس الأموال العربية إلى غير هذه المؤسسة حتى يكون الاستخدام رشيدًا ويعود بالنفع على العرب جميعًا.

وقبــل أن نخوض في شرح مشكلات المؤلف مع التوابع الصناعية ، نجد لزاماً علينا أن نسرد بداية المــبادئ التسعة المعروفة دوليًا باسم نظرية بوجش (Théorie Bogsch) ، نسبة إلى الدكتور "أرباد بوجش"[4] (Arpad Bogsch) مدير عام المنظمة العالمية للملكية الفكرية (أومبي/ ويبو) حتى قرب نهاية

---

(١) انظر موقع: http://www..meda.be/en/index 348.htm

(٢) ولا نــتحدث في هذا المقام عن توابع الأبحاث العلمية، فعلى سبيل المثال نجد الأهرام في عدد ٢١ من أغسطس/آب ســنة ٢٠٠٠ يشــير إلى أن الرياض أعلنت أن لديها قمرين للأغراض العلمية أطلقا بصــاروخ روسي من منطقة بايكونور في جمهورية كازاخســتان واسم التابعين (ســعودي سات١ و سعودي سات ٢).

(٣) الأســتاذ رشــيد عبد الحق، تجربة المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية/ عربسات، والقنوات الفضائية العربية..، سابق الإشارة إليه ص ٤١٦.

(٤) الصياغة الموجزة لهذه المبادئ في التقرير الآتي :

Rapport de groupe d'expérts sur les aspects droit d'auteur de la radiodiffusion directe par satellite de communication (Paris، 18 au 22 Mars 1985)، Revue Dr.Auteur 1985، pp. 158:168

ثم انظر البيان التفصيلي لهذه النظرية بعد أن وضحت معالمها :

Oeuvres audiovisuelles et phonogrammes : Document préparatoire pour le comité d'expérts gouvernementaux OMPI/UNESCO et rapport de ce comité (Paris, 2-6 juin 1986), Revue Dr. Auteur 1986 pp. 184:219.

وسنشير للمرجع الأول بتقرير لجنة عام ١٩٨٥ ، أما المرجع الثاني فسنشير إليه بأعمال لجنة عام ١٩٨٦ .

التسعينات [1]. ويمكن أن نوجز هذه المبادئ التسعة التي حازت قبولاً دوليًا عامًا - وإن كان البعض قد تحفظ عليها - على النحو الآتى :

١- تعـد الإذاعـة بواسطة التوابع الصناعية ذات الإرسال الإذاعى المباشر بثًا إذاعيًا وفقاً لاتفاقية برن واتفاقـيتى جنيف (المعروفة باسم الاتفاقية العالمية) وروما . ويجب أن يتمتع أصحاب الحقوق من المؤلفـين أو خلفهـم والمؤدين والعازفين ومنتجى الفونوجرام وهيئات الإذاعة عند البث الإذاعى المباشـر عـبر هذه التوابع الصناعية لمصنفاتهم بنفس الحقوق التي يتمتعون بها عند البث الإذاعى التقليدى (بواسطة المحطات الأرضية) (مبدأ رقم ١١ بشأن المصنفات السمعية البصرية) [2].

٢- المسئول عن البث الإذاعى المباشر عبر التوابع الصناعية هو القائم بالإذاعة عند البداية (من يمنح الأمر بالإذاعة) وتنعقد مسئوليته هذه فى مواجهة أصحاب حقوق المؤلف على المصنفات المذاعة وكذلك فى مواجهة المؤدين والعازفين ومنتجى الفونوجرام ، وهيئات الإذاعة الذين قد تتعلق حقوقهم بهذه المصنفات (مبدأ رقم ١٢ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

٣- إذا تم التوصـيل العلـنى (البث بغرض الاستقبال من الجمهور) عن طريق تابع صناعى للإرسال الإذاعـى المباشر ، تعد عملية التوصيل (البث) واقعة ، فى نفس الوقت، فى البلاد التي ترسل منها الإشـارات حاملـة الـبرنامج ، وفى كل الدول التي يغطيها التابع الصناعى بإرساله (وللجمهور المسـتهدف بتوصيل (ببث) المصنفات السمعية البصرية) (مبدأ رقم ١٣ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

---

(١) والتسمية الكاملة لها باللغة الفرنسية هى : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle والمختصـر الفرنسـى هــو OMPI (وبالعربـية أومبى) ، أما باللغة الإنجليزية فالتسمية الكاملة هى :World Intellectual Property Organization ، المختصـر الإنجلـيزى هــو Wipo وينطق هذا المختصر الأخير منفصـلا أى كـل حرف على حدة فنقول (دابل يو / أى / بى/ أو) من شأنه فى ذلك شأن منظمة الصحة العالمية بالفرنسـية O.M.G. (organisation Mondiale de la santé) أو بالإنجلـيزية (World Health Organisation W.H.O وليس وايبو أو ويبو كما يرد عادة فى الطبعة العربية لمنشورات هذه المنظمة ، وسبب ذلـك هو أن "وايبو" هى المختصر المستخدم فى الولايات المتحدة الأمريكية للدلالة على الجهة القائمة على أعمال الصـرف الصحى هناك . مع ذلك فإن المختصر الإنجليزى المستخدم عادة هو "ويبو" بالنسبة لكل المكاتبات باللغة العربية الموجهة من المنظمة داخلها أو إلى الغير ، ويرجع ذلك إلى توخى اعتبارات السهولة واليسر فى النطق والكتابة العربية ، علاوة على أن المختصر الإنجليزى غير المرغوب فى استخدامه غير معروف لقراء العربية .

(٢) أشـير إلى هـذه المبادئ بالمختصر AW وهذا المختصر لمصطلح إنجليزى وهو Audiovisual Works: ومعناه المصنفات السمعية البصرية : انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها .

المســـتهدف بتوصيل (ببث) المصنفات السمعية البصرية) (مبدأ رقم ١٣ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

٤- القوانـــين الوطنـــية الواجبة التطبيق وفقا لاتفاقيات برن والعالمية وروما – والتي تأخذ جميعها بمبدأ المعاملة الوطنية – هى فى آن واحد، قانون الدولة التى ترسل منها الإشارات حاملة البرنامج وقانون كل دولة مغطاة بإرسال التابع الصناعى . فإذا لم تكن القوانين الوطنية المطروحة تمنح نمط ودرجة الحمايـــة نفسها ، فيتعين تطبيق المستوى الأعلى للحماية (مبدأ رقم ١٤ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

٥- يـــتعين اعتبار مجموع عمليات بث الإشارات حاملة البرنامج (إرسال : الرابطة الصاعدة، والرابطة الهابطة والنقل من المحطة الأرضية) عند البث بواسطة تابع صناعى لـــه نطاق خدمة ، محدد بمثابة عملـــية إذاعة واحدة ووحيدة مكونة من عدة مراحل . كنتيجة لذلك ، عندما يتم بث مصنفات سمعـــية بصـــرية بهذه الوسيلة ، يجب أن يتمتع أصحاب حقوق المؤلف عليها ، وكذلك المؤدون والعازفون ومنتجو الفونوجرام وهيئات الإذاعة الذين تتعلق حقوقهم بهذه المصنفات بالحقوق نفسها الـــتى يتمـــتعون بها عند البث الإذاعى التقليدى (بواسطة المحطات الأرضية) (مبدأ رقم ١٥ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

٦- تـــنعقد مسئولية كل من هيئة الإذاعة الأصلية وهيئة الإذاعة التى تبث الإرسال من المحطة الأرضية المستقبلة معاً فى مواجهة أصحاب حقوق المؤلف على المصنفات السمعية البصرية وكذلك المؤدين والعازفين ومنتجى الفونوجرام وهيئات الإذاعة الذين قد تتعلق حقوقهم بالبث ، وذلك فيما يتعلق بالمـــرحلة الأخيرة من الإذاعة[1] (بواسطة المحطة الأرضية) . وتنفرد هيئة الإذاعة الأصلية بالمسئولية

(١) طبقا للمبدأ رقم ٣٥ بشأن المصنفات السمعية والبصرية : إذا تمت هذه المرحلة الأخيرة بطريقة سلكية (كابلية) فإن الإرسال السلكى تحكمه المبادئ الخاصة بالإذاعة السلكية (انظر المبادئ أرقام ٢٧، ٢٨، ٣١ ، ٣٢ ، ٣٣ ، ٢/٣٤ بشـــأن المصـــنفات السمعية البصرية): انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها ص ٢٠٥:.٢٠٦ ويخص المؤلفـــين من هذه المبادئ هذان المبدءان: المبدأ رقم ٢٧ : يملك المؤلف أو خلفه حقاً استئثاريًا فى الترخيص بتوزيع مصـــنفه المحمى بحق المؤلف إذا كان هذا البرنامج سلكيا أصليا ، ويعد كذلك إذا كان يوزع بطريقة سلكية للمرة الأولى دون أن يسبق ذلك بث إذاعى أو يكون التوزيع السلكى لبرنامج إذاعى تم فى وقت البث الإذاعى نفسه ، أما إذا كان قد تم فى وقت لاحق للبث الإذاعى فلابد من أن يكون البرنامج عند توزيعه سلكيًا متضمناً أصواتا أو صوراً غير واردة فى البث الإذاعى الأصل: انظر أعمال لجنة عام١٩٨٦ السابق الإشارة إليها ص٢٠٥ .

عـــن المـــراحل الســـابقة على المرحلة الأخيرة فى مواجهة أصحاب الحقوق (مبدأ رقم ١٦ بشأن المصنفات السمعية والبصرية)[١].

٧- إذا تم التوصـــيل العلـــنى (البث بغرض الاستقبال من الجمهور) عن طريق تابع صناعى للإرسال الإذاعـــى المحـــدد نطاق الخدمة، والذى يمتد نطاق تشغيله بواسطة محطة أرضـــية ، فإن التوصيل (البث) يقع ، فى الوقت نفسه ، فى البلد الذى ترسل منه الإشـــارات حاملة البرنامج صوب التابع الصـــناعى ، وفى كـــل دولة من الدول التى تقوم المحطة الأرضية بتوزيع إرسالها عليها وللجمهور المســـتهدف بتوصيل (ببث) المصنفات السمعية البصرية (مبدأ رقم ١٧ بشأن المصنفات السمعية البصرية) [٢].

٨- القوانـــين الوطنية واجبة التطبيق – وفقاً لاتفاقيات برن والعالمية وروما التى تنص جميعها على مبدأ المعاملـــة الوطنـــية – تتمثل فى الوقت نفسه – فى قانون الدولة التى ترسل منها الإشارات حاملة البرنامج صوب التابع الصناعى المحدد نطاق الخدمة وقانون كل دولة توزع المحطة الأرضية الإرسال فيها . فإذا رجع أصحاب الحقوق بحقوقهم على الهيئة التى تنقل الإشارات من المحطة الأرضية ، فإن القانون الواجب التطبيق هو قانون الدولة الواقعة فيها المحطة الأرضية . وإذا اختار هؤلاء الرجوع بحقوقهم على الهيئة التى تنقل الإشارات إلى التابع الصناعى ، وكانت القوانين الوطنية لا تمنح نمط ودرجة الحماية نفسها ، فيتعين تطبيق المستوى الأعلى فى الحماية (مبدأ رقم ١٨ بشأن المصنفات السمعية البصرية) [٣].

٩- إذا كان التابع الصناعى المحدد نطاق الخدمة يبث إشارات يمكن استقبالها بواسطة الجمهور العريض عن طريق أداة استقبال شائعة الاستخدام بين الجمهور، فلا يجب أن نعتبر بث هذه الإشارات فيما يـــتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة نقلاً إذاعيًا عبر التابع الصناعى المحدد نطاق الخدمة ولكن نقلاً إذاعيًا بواسطة تابع صناعى للإذاعة المباشرة (مبدأ رقم ١٩ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

---

(١) ينطـــبق هـــذا الحكم أيضاً – مع تغيير ما يلزم تغييره من مصطلحات – إذا كانت الجهة القائمة بالتوزيع تستخدم وســـيلة سلكية فى التوزيع (مبدأ رقم ٣٦ بشأن المصنفات السمعية البصرية) : انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها ص ٢٠٧.

(٢) ينطـــبق هذا الحكم أى – مع تغيير ما يلزم تغييره من مصطلحات – إذا كان التوزيع يتم بوسيلة سلكية (مبدأ رقم ٣٧ بشأن المصنفات السمعية البصرية) تقرير أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليه ص ٢٠٧ .

(٣) ينطـــبق هذا الحكم أى – مع تغيير ما يلزم تغييره من مصطلحات – إذا كان التوزيع يتم بوسيلة سلكية (مبدأ رقم ٣٨ بشأن المصنفات السمعية البصرية) تقرير أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليه ص ٢٠٧ .

وتقتضى الدراسة المتعمقة لهذه المبادئ – حتى نستطيع أن نحكم لها أو عليها – أن نقسم بحثنا إلى خمسة مباحث هى على التوالى :

الأول : ماهية التوابع الصناعية .

الثـــانى : مدى إمكان اعتبار بث البرامج عبر التوابع الصناعية بثًا إذاعيًا خاضعاً لتشريعات حق المؤلف.

الثـــالث : الجهة المسئولة عن احترام حقوق المؤلف .

الرابـــع : القانون الواجب التطبيق على الدعاوى المتعلقة بالبث الإذاعى عبر التوابع الصناعية .

الخامس : معيار تحديد منطقة الاستقبال الواجب سداد حقوق المؤلف عنها .

وللوصـــول إلى أعـــلى درجـــات التوضـــيح والبيـــان ، نقتصـــر فى دراســـتنا هـــذه عـــلى التشـــريع الوطـــنى لحـــق المؤلـــف فـــى كـــل مـــن مصـــر[1] وقبلتها التشـــريعية فرنســـا [2]، بـــل سنفســـح مجـــال البحـــث ليشمـــل صـــيغة باريـــس عـــام ١٩٧١ من اتفـــاقيتى بـــرن[3]

---

(١) وهو القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بشأن حماية حقوق الملكية الفكرية (الجريدة الرسمية العدد ٢٢ مكرراً فى ٢ من يونيو /حزيران سنة ٢٠٠٢) الذى حل محل القانون رقم ٤٥٣ لسنة ١٩٥٤ الصادر فى ٢٤ من يونيو/حزيران سنة ١٩٥٤ (الوقائع المصرية فى ٢٤ من يونيو/حزيران سنة ١٩٥٤ ، العدد ٥٤٩ مكرر غير اعتيادى) الذى عدل مرتين الأولى بالقـــانون رقم ١٢ لسنة ١٩٦٨ (الجريدة الرسمية العدد رقم ٢٠ فى ١٦ من مايو/أيار سنة ١٩٦٨) والثانية بالقـــانون رقـــم ٣٤ لسنة ١٩٧٥ (الجريدة الرسمية العدد رقم ٢٦ فى ٢٦ من يونيو/حزيران سنة ١٩٧٥) ويتعلق التعديل الأول بإيداع الكتب (مادة ٤٨) والثانى بإيداع الأشرطة السينمائية (مادة ٤٨ مكرر).

(٢) وهـــو القـــانون الصادر فى ١١ من مارس/آذار سنة ١٩٥٧ (قانون رقم ٢٩٨-٥٧ لسنة ١٩٥٧) منشور بالجريدة الرسمـــية فى ١٤ من مارس/آذار سنة ١٩٥٧ وصحح خطأ ورد فيه فى الجريدة نفسها فى ١٩ من أبريل/نيسان سنة ١٩٥٧ ثم عدل بقانون رقم ٦٦٠ – ٨٥ فى ٢ من يوليه/تموز سنة ١٩٨٥ : (J.O. 1179 année no. 153 p. 7495 et s) وقـــد ضـــم هذا القانون إلى تقنين الملكية الفكرية [إعداد L.111.1 إلى L 343-3] فى الأول من يوليه/تموز سنة ١٩٩٢ وصدر النسق الإجرائى منه فى ١٠ى من أبريل/نيسان عام ١٩٩٥ : انظروا دراية حديثة لهذا التقنين فى الشق الخاص بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة :

André Lucas & Henri-Jacques Lucas, Traité de la propriété littéraire et artistique, Litec/ France 2éme éd. 2001

(٣) أبرمت فى ٩ من سبتمبر/أيلول سنة ١٨٨٦ بمدينة برن السويسرية وبدأ تنفيذها فى ٥ ديسمبر/كانون أول وفى ٤ من مـــايو/أيار سنة ١٨٨٧ وقعت وثيقة باريس الإضافية وبدأ نفاذها فى ٩ من ديسمبر/كانون أول سنة ١٨٩٧ ، وفى ١٣ مـــن نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٠٨ أجرى تعديل برلين وبدأ نفاذه فى ٩ من سبتمبر/أيلول سنة ١٩١٠ ، وفى ٢٠ من مارس/آذار سنة ١٩١٤ وقع بروتوكول برن الإضافى وصار نافذاً فى ٢٠ من أبريل/نيسان سنة ١٩١٥ ، =

وجنيف[1]، والتي تسمى أيضـــا بالاتفاقية العالمية ، الدوليتين لحـــق المؤلف . وقد رأينـــا حجب ثلاث اتفاقيـــات دولية أخرى عن مجـــال بحثنا وهي اتفاقيـــة روما[2] الخاصـــة بحماية حقـــوق المـــؤدين والعـــازفين ومنتجي الفونوجـــرام (التسجيلات الصـــوتية) وهيئـــات الإذاعـــة ، واتفـــاقية جنيف المتعلقـــة بحمـــاية منتجـــي الفونوجـــرام من خطـــر النســـخ غـــير المشـــروع لفونوجـــراماتهم[3]

= وفي ٢ مـــن يونيو / حزيران سنة ١٩٢٨ أجرى تعديل روما وصار نافذاً في أول أغسطس / آب سنة ١٩٣١ ، وفي ٢٦ مـــن يونيو/حزيران سنة ١٩٤٨ تم تعديل بروكسل وصار نافذاً في أول أغسطس/آب عام ١٩٥١ وفي ١٤ من يوليه/تموز سنة ١٩٦٧ تم تعديل إستكهولم وبدأ نفاذ أحكامه الإدارية مع مطلع عام ١٩٧٠ وفي ٢٤ من يوليه/تموز سنة ١٩٧١ تم تعديل باريس وبدأ نفاذه في ١٠ من أكتوبر/تشرين أول سنة ١٩٧٤ : انظر دليل اتفاقية برن الصادر عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية / جنيف عام ١٩٧٩ والذى وضع نصه الفرنسي Claude Masouyé ونصه العـــربي الأستاذ الدكتور عز الدين عبد الله (ص٦). وقد انضمت مصر إلى عضوية هذه الاتفاقية – صيغة باريس – بالقرار الجمهوري رقم ٥٩١ لسنة ١٩٧٦ (الجريدة الرسمية ، السنة العشرون ، رقم ٢٤، في ١٦ من يونيو/حزيران ســـنة ١٩٧٧) وقـــد أصبحت هذه الاتفاقية طبقاً للمادة ١٥١ من الدستور ناسخة لما يتعارض معها من أحكام في القـــانون المصري : انظر في نفاذ المعاهدات الدولية بعد الموافقة عليها دون حاجة إلى صدور تشريع داخلي بذلك : نقض مدني، ٢٢ من ديسمبر/كانون أول سنة ١٩٨٠، مجلة المحاماة، العددان السابع والثامن، السنة الخامسة والستون ص ٧٦:٧٨ و١٨ مـــن يونيو/حزيران سنة ١٩٨٢ ، مجموعة المكتب الفني ، ٣٣ ، رقم ٩٧ ص ٥٤٢: .٥٤٤ أما فرنســـا فهـــي عضـــو في هـــذه الاتفاقـــية (صيغة باريس) بموجب المرسوم رقم ٧٤٣ – ٧٤ الصادر في ٢١ من أغســـطس/آب ســـنة ١٩٧٤ (J.O 28 Août 1974) وبلغ عدد أعضاء الدول المنضمة إلى هذه الاتفاقية المعدلة ١٤٨ دولة Auteur 1991 juillet - Août 1991 p. 165 .

(١) وضعت هذه الاتفاقية عام ١٩٥٢ بمدينة جنيف السويسرية ثم عدلت في باريس عام ١٩٧١ ، وقد انضمت فرنسا إلى عضـــوية هذه الاتفاقية المعدلة بالمرسوم رقم ٤٨٢ – ٧٤ في ٤ من أكتوبر/تشرين أول سنة ١٩٧٤ (J.O. 10 Octobre 1974) و لم تنضـــم مصـــر إليها حتى الآن رغم انتهاء أعمال عدة لجان شكلت لدراسة هذا الموضوع وانتهت جميعا إلى أهمية الانضمام إليها .

(٢) وضـــعت هذه الاتفاقية في مدينة روما الإيطالية في ٢٦ من أكتوبر/تشرين أول سنة ١٩٦١ من أكتوبر/تشرين أول ســـنة ١٩٦١ ودخلت حيز النفاذ في ١٨ من مايو/أيار سنة ١٩٦٤ (انظر : Guide de la convention de ROME et de la convention phonogrammes، OMPI/Genève 1981 p.7) ويشير إحصاء تم في أول عام ٢٠٠١ إلى أن عدد الأعضاء فيها بلغ عدة دول منها فرنسا التي انضمت إليها في ٣ من يوليه/تموز سنة ١٩٨٧ (Dr.Auteur 1991 p.9)

(٣) وضعت هذه الاتفاقية في مدينة جنيف السويسرية في ٢٩ من أكتوبر/تشرين أول عام ١٩٧١ ودخلت حيز النفاذ في ١٨ مـــن أبريل/نيسان عام ١٩٧٣ (انظر : Guide)، Ibid، p. 127 ويشير إحصاء تم في أول يناير/كانون الثاني =

(أو لتســـجيلاتهم)[1] واتفاقـــية بروكسل الخاصة بتوزيع الإشارات الحاملة للبرامج المرسلة عبر التوابع الصناعية[2]. ومرد ذلك إلى أن هذه الاتفاقيات تتعلق بحماية حقوق مجاورة لحق المؤلف[3] وليس بحقوق المـــبدعين مـــن المؤلفين : فاتفاقية روما تحمى المؤدين والعازفين ومنتجى الفونوجرام وهيئات الإذاعة، واتفاقـــية جنيف تحمى منتجى الفونوجرام، واتفاقية بروكسل تستهدف فى المقام الأول، حماية هيئات الإذاعة عبر نوع واحد من أنواع التوابع الصناعية وهو توابع البث الإذاعى غير المباشر[4].

كذلك ، رأينا تجنب الخوض فى المسائل العقدية المتعلقة ببناء التابع أو بثه لبرامجه ، على أساس أن مجال دراسته هو القانون الخاص للفضاء (Droit privé de l'espace) [5].

= عام ١٩٩١ إلى أن عدد الأعضاء فيها بلغ سبعا وستين دولة منها فرنسا فى ١٨ من أبريل/نيسان سنة ١٩٧٣ ومصر فى ٢٣ من أبريل/نيسان سنة ١٩٧٨ (Dr. Auteur 1991 p.9)

(١) انظر فى تعريف هذه المصطلحات ودراسة مشكلات المؤلفين المتعلقة بهذه المسألة : مقالنا المعنون : تأجير الفونوجرام والفيديوجرام ، مجلة المحاماة ، العددان الخامس والسادس ، مايو / أيار - يونيو/حزيران سنة ١٩٨٨ ، السنة الثامنة والستون ، ص ١٢٠ : ١٣٨.

(٢) وضعت هذه الاتفاقية فى مدينة بروكسل البلجيكية فى ٢١ من مايو/أيار سنة ١٩٧٤ ودخلت حيز النفاذ فى ٢٥ من أغسطس/آب عام ١٩٧٩ ويشير إحصاء تم فى يوليه/تموز عام ٢٠٠١ إلى أن عدد الأعضاء فيها بلغ فى هذا التاريخ أربع عشرة دولة.

(٣) تســـمى بالفرنسية Neighbouring rights وتسمى بالعربية الحقوق المجاورة أو الحقوق المشابهة ، ونحن نفضل التسمية الأولى الواردة فى المتن لدقتها اللغوية والعملية، فحقوق هؤلاء لا تشبه حقوق المؤلفين المبدعين بل تجاورها: انظر فى استعمال المصطلح الذى نبذناه : معجم مصطلحات حق المؤلف والحقوق المشابهة ، المنظمة العالمية للملكية الفكرية / جنيف عام ١٩٨٠

(٤) انظر رسالتنا سالفة الذكر (النسخة العربية) ص ١٠٩

(٥) انظـــر فى ذلـــك المرجع القيم للدكتورة Lawrencé RAVILLON والذى يمثل جزءًا من رسالتها لنيل درجة الدكتوراه :

Les Télécommunications par satellite : Aspects Juridiques, préface: par Professeur Eric Loquin, Université de Bourgogne - CNRS, Travaux du recherche sur le droit des Marchés des investissements internationaux / volume 17, Litec/France, 1997. pp. 127 et s

المبحث الأول

ماهية التوابع الصناعية

تقتضى دراسة مشكلة البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية الإلمام ببعض المعلومات التقنية اليسيرة ، حـتى نتمكن من معالجة الموضوع معالجة سليمة، فنعرف المقصود بالتابع الصناعى ، ثم نوضح الأنواع المختلفة لهذه التوابع، فإذا انتهينا من ذلك نكون قد حددنا ماهية التوابع الصناعية :

أولا : تعريف التوابع الصناعية :

يقصــد بمصــطلح تــابع صناعى : كل جهاز يمكن أن ينقل إشارات ويقع فى الفضاء الخارجى للأرض(1) أو يقع مداره جزئيًا على الأقل فى ذلك الفضاء(2).

وتســتخدم هــذه التوابع الصناعية فى الاتصالات ، وبوجه خاص فى نقل البرامج التليفزيونية بين البلدان المختلفة ، متخطية بذلك الحواجز الجغرافية والسياسية (3) .

---

(1) تعــريف أخــذت به المادة الأولى فقرة أولى من اتفاقية بروكسل الموقعة فى ٢١ من مايو/أيار سنة ١٩٧٤ والمسماة باتفاقية التوابع الصناعية والسابق الإشارة إليها فى هامش رقم ٢٩ .

(2) إضــافة إيضــاحية وردت بالنص العربى الرسمى للأحكام النموذجية للتشريعات الوطنية لتنفيذ اتفاقية بروكسل ، مطبوعات المنظمة العالمية للملكية الفكرية عام ١٩٨٣.

(3) يــتعرض القمــر الصناعى فى دورانه حول الأرض فى أوقات معينة من العام - هى فترة الاعتدال الربيعى فى ٣/٢١ وفترة الاعتدال الخريفى فى ٩/٢١ – إلى فترة خسوف شمسى لا يرى القمر الصناعى الشمس نتيجة لوجود الأرض بيــنها وبين القمر الصناعى . ويستمر هذا الكسوف إلى أكثر من ساعة تقريبا يوميا فى فترات الاعتدال المذكورين، وبذلــك ينقطع التزود بالكهرباء من أشعة الشمس . وكبديل مؤقت يتم تركيب بطاريات قوية وكفوءة على القمر تــزوده بالطاقة فى فترة الكسوف يتم تعبئتها وشحنها مدة أخرى بعد الخروج من الكسوف والعودة لرؤية الشمس (انظر المنظمة العربية والثقافة والعلوم، الأقمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ص٣٩) وجدير بالذكر أن تغذية أجهزة القمــر الصــناعى بالطاقة يتم بتركيب ألواح للخلايا الشمسية تعمل على تحويل الطاقة الشمسية المتوفرة إلى تيار كهربائى تتزود منه جميع أجهزة القمر الصناعى . وتكون هناك أجهزة مراقبة لهذا التيار الكهربائى عاملة على تثبيته عــند مقدار معين وموزعة الطاقة بالقدر المناسب وكل جزء من أجهزة القمر الأخرى (المرجع نفسه ص٣٩) ويتم تركيب سخانات حرارية تعمل على تسخين الأجزاء التى تتعرض إلى انخفاض فى درجات الحرارة، وتركيب الأجهزة على القمر بطريقة تضمن التبادل الحرارى بداخله خصوصا بالنسبة للأجهزة التى تستهلك طاقة كبيرة، فقدان ذلك يــتم لدعم التوازن الحرارى للقمر حيث تتعرض بعض أجزائه للشمس إلى ١٥٠ درجة سنوية فوق الصفر بينما فى الظل قد تصل حرارة الأجزاء الأخرى إلى ٢٠٠ درجة تحت الصفر، بوضع عوازل حرارية متعــددة الطبقات على أجزاء كثيرة من القمر وطلاء أجزاء أخرى بطلاء خاص يعكس ضــوء الشمس وحرارتها (المرجع نفسه ٣٩: ٤٠).

ثانيا : أنواع التوابع الصناعية – نوعان :

نميز بين نوعين أو جيلين[1] من التوابع الصناعية وهما : التوابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر ، والتوابع الصناعية للبث الإذاعى المباشر[2]. ويكمن معيار التفرقة بينهما فى وجود محطة أرضية تستقبل الإرســـال من التابع الصناعى ثم تعيد بثه للجمهور فى النوع الأول، وعدم وجود هذه المحطة فى النوع الثانى[3] وذلك على التفصيل الآتى :

النوع الأول : التوابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر[4] :

ويقصد بها التوابع التى تكون الإشارات حاملة البرامج التى تصدر عنها عاجزة عن الوصول مباشرة إلى الجمهور ، مما يستدعى تدخل محطة استقبال[5] أرضية لتلقى هذه الإشارات وإخضاعها لسلسلة من العملــيات التقنــية [6] بغية تحويلها إلى إرسال مقروء من الجمهور[7]. وبذلك ، يتمكن الجمهور من اســتقبال الإرســـال بواسطة أجهزة الاستقبال الإذاعى العادية . ويتم بث هذا الإرسال إليه من المحطة الأرضية بإحدى طريقتين وهما : الطريقة السلكية (الكابلية) أو الطريقة اللاسلكية .

---

(١) انظـــر فى اســـتخدام هذا المصطلح قياساً على ما جرى عليه العمل من الحديث عن أجيال الحاسبات الإلكترونية : المقوسى المرجع السابق ، ص ١٩ ومن الفقه الغربى :

Mario FABINAI, Le droit d'auteur face à la radiodiffusion directe par satellite, Dr. Auteur 1988 p. 17 et victor NABHAN. Les satellites et le droit d'auteur au Canada, RIDA, Avril 1984 p. 37.

(٢) انظر فى تفصيل ذلك : MATTE, op. cit., pp. 5:9

(٣) انظر فى تأييد هذه التفرقة التى لا تستند لقدرة التابع التقنية تفاديًا لتطورها الزمنى السريع : مكين ، المرجع السابق، ص ١٧٩.

(٤) وتســـمى باللغـــة الفرنسية Satellites de télécommunication وبالإنجليزية Telecommunication satellites.

وفى عـــام ١٩٨٦ (انظـــر أعمـــال لجنة عام ١٩٨٦ السابقة الإشارة إليها ، ص ١٩٦) أطلق عليها تسمية مختلفة وهى بالفرنسية (Satellites de service fixe : SSF) وبالإنجليزية (Fixed Satellites Services : FSS) وهذه التسمية الأخيرة ترجمتها الدقيقة هى التوابع الصناعية المحددة نطاق الخدمة أو ذات نطاق الخدمة المحدد ، وتطلق على نوع معين من التوابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر التى لا يصل إرسالها إلى الجمهور عن طريق المحطة الأرضية وإنمـــا عـــبر أجهزة استقبال خاصة . انظر لاحقاً تعريفنا لهذا النوع من التوابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر بالصفحة بنفسها .

(٥) وتسمى بالفرنسية Station terrestre réceptrice وبالإنجليزية Ground receiver station

(٦) ونذكـــر من هذه العمليات عملية حل شفرة الإشارات (بالفرنسية Décodage de signaux) وعملية التنقية (بالفرنسية (Filtrage) .

(٧) يسمى بالفرنسية Emmission lisible وبالإنجليزية Readable broadcast .

ونميز عادة بين نوعين من هذه التوابع وهما : التوابع الصناعية من نقطة إلى نقطة والتوابع الصناعية للتوزيع :

١- التوابع الصناعية من نقطة إلى نقطة[١] :

تقـــوم هـــذه الـــتوابع الصناعية بإرسال إشارات إلكترونية قوية نسبيًا ، حاملة للبرامج من المحطة الأرضـــية المرسلة[٢] إلى محطة أرضية مستقبلة معينة، فتكون بذلك وسيطاً فى عملية نقل الإرسال من المحطـــة الأولى إلى المحطة الثانية . ويطلـــــق على عملية البث من التابع الصناعى إلى المحطة الأرضية : عملية الحقن [٣].

٢- التوابع الصناعية للتوزيع[٤] :

تقـــوم هذه التوابع بإرسال إشارات إلكترونية قوية نسبيًا بالنسبة للإشارات التى تصدر عن التوابع الصناعية من نقطة إلى نقطة – حاملة البرامج من المحطة الأرضية إلى عدة محطات أرضية منتشرة فى دائرة جغرافية واسعة . ويتسنى للجمهور التقاط هذا الإرسال عن طريق الوسائل السلكية أو اللاسلكية [٥].

ويؤدى اتساع الدائرة الجغرافية للاستقبال على هذا النحو إلى جعل احتمال التقاط هذه الإشارات

---

(١) وتسمى بالفرنسية Satellite de point à point وبالإنجليزية. Point to point satellite

(٢) وتسمى بالفرنسية Station terrestre émétrice وبالإنجليزية. Ground transmitting

(٣) وتسمى بالفرنسية Injection وبالإنجليزيةInjection .

(٤) بالفرنسية Satellites de distribution وبالإنجليزية Distribution ويشير البعض إلى تسميات أخرى وهى : توابـــع الاتصـــالات Satellites de communication وتوابـــع البث الإذاعى شبه المباشرة Satellites de diffusion semi-directeويضـــيف أن هذه التوابع تصل سعتها إلى ست عشرة محطة إرسال تليفزيونى ويمكن اســـتقبال إرســـالها الآن بهوائيات استقبال مخروطية الشكل (antennes paraboliques/dish antennas) يـــتراوح قطرها ما بين ١٥٠ : ١٨٠ سنتيمتر : بحث مقدم إلى الندوة الإقليمية لبحث تأثير التكنولوجيات الحديثة قوانـــين الملكية الفكرية فى البلاد الإفريقية والعربية والتى انعقدت فى القاهرة بناء على دعوة المنظمة العالمية للملكية الفكـــرية فى الفترة ما بين ١٦ : ١٨ مايو/أيار عام ١٩٨٩ ، وصاحب هذا البحث هو الأمين العام السابق لاتحاد إذاعـــات الـــدول العربية (أسبو) التابع لجامعة الدول العربية الأستاذ/ عبد الله شقرون من المغرب وعنوان البحث Distribution par câble et transmission par satellite, Document OMPI/WIPO : FT/CA 89/12 p. 2 et s.

(٥) أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها رقم ١٠١ ص ٢٠١.

بواســطة محطـات الاســتقبال غير الموجه إليها الإرسال أصلا قائمة . ويطلق على هذا الالتقاط غير المشروع "الصيد المحظور" [1].

وللتدليل على قوة هذه التوابع من الناحية التقنية ، نذكر ما قالته الأستاذة STEUP Elisabeth من أنه يكفى وجود ثلاث وحدات من توابع التوزيع فوق المحيط الأطلنطى والهادئ والهندى حتى يغطى الإرســال، مــن الناحية العملية كل هيئات الإذاعة فى العالم بأسره ، وأنه إذا قامت كل هيئة من هذه الهيئات بإعادة بث الإرسال نحو الجمهور لأمكن استقباله من ٩٠% من سكان العالم [2].

النوع الثانى : التوابع الصناعية للبث الإذاعى المباشر[3] :

تصــدر هــذه التوابع إشارات إلكترونية قوية تحمل معها البرامج من محطة الإرسال إلى الجمهور مباشــرة خصوصًا فى المنازل [Direct to home reception: DTHR] . وعادة ما تكون أجهزة استقبال الجمهور مزودة بوسائل تقنية خاصة تسمح لها بتلقى الإشارات وترجمتها إلى برامج ، كما أن الغالــب كــان فى ذلك الوقت يتم الاستقبال بطريقة سلكية[4]. وإن كان هذا لا يمنع من أن يكون الاســتقبال عــن طريق أجهزة الاستقبال العادية فى بعض الأحوال . هــذا الاستقبال يتيح للجمهور الموجود فى دائرة الاستقبال[5] الاستفادة من هــذه التكنولوجيا المتطــورة . وبديهى أن هــذه التوابع الصــناعية لا تواجــه أية مشكلات فيما يتعلق بمناطق الظل[6]. أى التى يتعذر وصــول الموجات

---

(١) وهذه التسمية (Braconnage) منسوبة إلى الأستاذ Eugen ULMER / فى مقاله :
Protection des auteurs lors de la transmission par satellites des programmes de radiodiffusion, RIDA no. LXXXXIII, juillet 1977 p. 7.

(٢) La protection de l'auteur dans les émissions par satellites, Revue de l'U.E.R, Novembre 1973 no. 6p.73.

انظــر فى المعنى نفسه القول بأنه يكفى أن يكون لدينا ثلاثة أقمار (توابع) صناعية موزعة فوق خط الاستواء لنحصــل عــلى تغطية كاملة للأرض جميعها وذلك فيما عدا المناطق القريبة من القطبين الشمالى والجنوبى (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، الأقمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ، ص ٢٢).

(٣) بالفرنســية Télévision direct par satelliteأو : Satellites de Radiodiffusion Directe, SRD Tds,.
وبالإنجليزية : Direct Broad Cast satellite: DBS

(٤) وكان هذا هو العلاج الوحيد المطروح لمواجهة ارتفاع قيمة هوائيات الاستقبال الفردى لهذا الإرسال ، تقرير مؤتمر عام ١٩٨٥ رقم ١٩ ص ١٦٠.

(٥) تســمى بالفرنسية Zone d'empréinte : أو Zone d'arrosage بالإنجليزيةReceiving area أوFoot-print

(٦) تسمى بالفرنسية Zone d'ombre وبالإنجليزية Masked Zone .

الهرتزلـــية [1] العادية إليها - لأن البث يتم عبر الفضاء[2] . ويمكن ، لندلل على المقدرة "الخارقة" لهذه الـــتوابع الصـــناعية أن نذكر أن ثلاث وحدات منها كفيلة بتغطية ٩٠% من مساحة العالم بإرسالها . وهذه المقدرة هى التى جعلت منها زائراً غير مرغوب فيه من بعض الدول لأسباب اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية مما أدى إلى خلق مشكلات قانونية كثيرة[3] ومعقدة [4].

ويقع بين التوابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر ، والتوابع الصناعية للبث الإذاعى المباشر نوع ثالث يجمع بين مزايا كل من هذين النوعين، وإن اعتبر من التوابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر، وهى التوابع الصناعية المحددة نطاق الخدمة أو ذات نطاق الخدمة المحدد[5]. فيستمر تلقى البث الإذاعى الصادر منها بواسطة أجهزة استقبال خاصة دون مرور بالمحطات الأرضية . ويرجع الفضل فى ذلك إلى ما أوتيته هذه الإشارات حاملة البرامج من قوة أصبح معها ممكناً إلغاء المحطات الأرضية والاعتماد على هذه الأجهزة الأخف وزنا والأقل قيمة حاليًا، شأنها فى ذلك شأن سائر التوابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر، وهذا هو ما جعل الأخيرة تستمر جنبا إلى جنب إلى جوار التوابع الصناعية للبث الإذاعى المباشر[6]. ولعل ظهور هذا النوع المتميز من التوابع هو الذى جعل التفرقة بين النوعين التقليديين للتوابع الصناعية تخف حدتها جزئيًا[7].

---

(١) نسبة إلى مبتكرها عالم الطبيعة الألمانى Heinrich Rudolf HERTZ ولد فى هامبورج عام ١٨٥٧ وتوفى فى بون عـــام ١٩٨٤ الذى استطاع تطويع الموجات الكهرومغناطيسية لخدمة الاتصالات : انظر فى ذلك Diccionario Enciclopedico HACHETTE/CASTELL, MADRID 1985 P. 709.

(٢) انظر مقال FABIANI السابق الإشارة إليه ص ٢٩.

(٣) ROGER FERNAY, Étude des problèmes qui soulèvent dans le domaine du droit d'auteur: les transmissions radiophoniques et télévisuelles par satellite de communication (Lausane, 21-30 Avril 1971) : Document UNESCO/OMPI no. Sat/5 Février 1971 p. 5, وانظر كذلك مقال FABIANI سابق الإشارة إليه ص ١٧.

(٤) هناك الآن من الأساليب ما يضمن سرية الاتصالات عن طريق وضع شفرة خاصة بطريقة البث والاستقبال تضمن السرية المطلوبة. وهذه تستخدم فى الأغراض العسكرية ، كما تستخدم شيئًا مبسطًا منها شركات البث التليفزيونى المباشـــر لضـــمان الحصول على الاشتراك من الزبائن لضمان شرائهم لأجهزة فك الشفرة: ((المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، الأقمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ، ص ٤٩).

(٥) انظـــر هامش رقم ٣٥ ويلاحظ أن استقبال إرسال هذه التوابع يحتاج إلى هوائيات استقبال مخروطية الشكل تتخذ شكل أطباق قطرها ٦٠ سنتيمتراً أو أكثر : شقرون. البحث السابق . ص ٣.

(٦) انظر مقال المستشار بمجلس الدولة الفرنسى : (André KEREVER). Droit d'auteur et satellites spatiaux, RIDA no. 121, juillet 1984 p. 29.

(٧) Michael J. FREEGARD, Radiodiffusion directe par satellite : Conséquences pour le droit d'auteur, RIDA no. 136 Avril 1988 p. 65.

المبحث الثانى

مدى إمكان اعتبار بث البرامج عبر التوابع الصناعية بثًا إذاعيًا خاضعاً لتشريعات حق المؤلف : نظريتان

نشب خلاف كبير بين الفقهاء فى شأن تحديد : ما إذا كان بث البرامج عبر التوابع الصناعية يعد بـــثًا إذاعـــيًا خاضعاً لتشريعات حق المؤلف أم لا [1]، ونادى البعض بإدخال حق مالى جديد للمؤلف ضـــمن اتفاقـــيتى بـــرن وجنيف لحق المؤلف تحت اسم : حق الحقن ، أو حق الإذاعة بواسطة توابع صناعية[2]. وحتى يتسنى لنا أن نتخذ موقفا من هذه المشكلة نفرد المجال لشرح وجهتى النظر اللتين انشق إليهما الفقهاء، وقبل كل ذلك نستعرض نصوص تشريعات حق المؤلف فى مصر وفرنسا واتفاقيتى برن وجنيف :

* القـــانون المصـــرى : كانت المادة السادسة من قانون رقم ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤ بشأن حماية حق المؤلف تنص على أن "حق المؤلف فى الاستغلال يتضمن : نقل المصنف إلى الجمهور مباشرة بأية صورة، وخاصـــة بـــإحدى الصور الآتية :الإذاعة اللاسلكية للكلمة أو للصوت أو للصور ... أو نقل الإذاعة اللاسلكية بواسطة مكبر الصوت" ، وقد حلت محلها المادة رقم١٤٧ من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ التى تنص على : " يتمتع المؤلف وخلفه العام من بعده بحق استئثارى فى الترخيص أو المنع لأى استغلال لمصـــنفه بـــأى وجه من الوجوه وبخاصة عن طريق ... البث الإذاعى أو إعادة البث الإذاعى أو الأداء العلنى أو التوصيل العلنى ... أو الإتاحة للجمهور ، بما فى ذلك إتاحته عبر أجهزة الحاسب الآلى أو من خـــلال شـــبكات الإنترنت أو شبكات المعلومات أو شبكات الاتصالات وغيرها من الوسائل ..." ،

- ويلاحـــظ هذا المؤلف أن التوابع الصناعية للبث الإذاعى المباشر مازالت تفوق التوابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر ذات نطاق الخدمة المحدد من حيث القوة بمقدار عشرة أضعاف وأحيانا عشرين ضعفاً حيث تتراوح قوتها بين ٢٣٠-٢٦٠ وات ، وإن هناك توابع صناعية للبث المباشر ذات قوة متوسطة تتراوح بين ٤٠ - ٥٠ وات ، ويشير أيضـــاً إلى أن نطـــاق تشـــغيل هذه التوابع مازال محدوداً (انظر ص ٦٧ من هذا المقال) وإن ظروفا سياسية وتقنية واقتصادية عطلت انتشارها.

(١) انظـــر المقـــال السابق ص ٦٩ وهامش رقم ٦ بالصفحة بنفسها Claude MASOUYE, Quid de droit.. d'auteur dans l'utilisation des satellites spatiaux, RIDA no. LXXII Avril 1972 p. 31.

(٢) Istvan SZILAGYI, Questions relatives à la radiodiffusion par satellites notamment au point de vue des droits d'auteur, Dr. Auteurs 1891 p. 163 .

وعرفت المادة ١٣٨ بند رقم ١٤ الإذاعة بأنها : البث السمعى أو السمعى البصرى للمصنف أو للأداء أو للتسجيل الصوتى أو لتسجيل المصنف أو الأداء ، وذلك إلى الجمهور بطريقة لاسلكية ، ويعد كذلك البث عبر التوابع الصناعية .

* القـــانون الفرنســـى : تنص المادة ٢٧ من قانون رقم ٢٩٨ لسنة ١٩٥٧ بشأن الملكية الأدبية والفنـــية المعـــدل بالقانون رقم ٦٦٠ لسنة ١٩٨٠ على أن حق المؤلف فى التمثيل يتعلق بكل توصيل للمصنف إلى الجمهور بأية طريقة كانت ، وخصوصاً : نقل المصنف المذاع إلى مكان عام أو إذاعته ، وعـــرف المشـــرع الفرنسى الإذاعة[1] بأنها : البث بأية وسيلة من وسائل الإذاعة للأصوات والصور والمستندات والبيانات والرسائل، أيا كانت طبيعتها، ثم أشار المشرع صراحة إلى أن بث المصنف صوب الـــتوابع الصـــناعية يعد تمثيلاً للمصنف ، يلتزم القائم به بدفع حقوق المؤلف، بل جاء التقنين الجديد للملكـــية الأدبـــية والفنية عام ١٩٩٢ فى فرنسا ليستخدم مصطلح (télédifussion) ليغطى عمليات البث بالتوابع الصناعية (L.122_ 2).

* اتفاقية برن : تنص المادة ١١ ثانيا /١ (١و٢) من صيغة باريس على تمتع المؤلفين بحق استئثارى فى التصريح :

١- "بإذاعـــة مصنفاتهم ، أو بنقلها إلى الجمهور بأية وسيلة أخرى تستخدم لإذاعة الإشارات أو الأصوات أو الصور باللاسلكى .

٢- بـــأى نقـــل للجمهور، سلكيًا كان أو لاسلكيًا، للمصنف المذاع عندما تقوم بهذا النقل هيئة أخرى غير الهيئة الأصلية" .

---

(١) استبدل المشروع مصطلحا جديدا وهو Téléidiffusion بمصطلح Radiodiffusion الذى اختلف الفقه اختلافا كبيرا بشأن شموله لوسائل الإذاعة الحديثة . ولاشك فى أن الترجمة العربية للمصطلح الجديد صعبة إلى حد كبير وإن كنا نعتقد فى أن الترجمة السليمة هى الإذاعة أيضا لأن كلمة diffusion معنـــاها بث أو إذاعة وكلمـــة Télé معنـــاها "عن بعـــد" أى البث عن بعد أســـوة بـــ Téléphone أى السمع عن بعد، Télévision أى الرؤية عـــن بعـــد. ويغطى المصطلح الجديد للإذاعة وسائل الإذاعة الحديثة والتقليدية على حد سواء : انظر فى استخدام المصطلح المستحدث تقرير لجنة عام ١٩٨٥ السابق الإشارة إليه رقم ٢٠ ص ١٦٠ . ونحن من جانبنا لم نكن نود أن يتجه المشرع الفرنسى إلى استحداث مصطلحات تشريعية جديدة ، فكان يكفيه أن يترك هذه المهمة للفقه . وبديهى أن الفقـــه يملك أن يطور مفهوم "الإذاعة" وفقا للتطورات التقنية فى هذا الشأن . وقد انتهى خبراء حق المؤلف لدى اجـــتماعهم عـــام ١٩٨٦ إلى مـــثل هذا الرأى ، فقد رأوا أن البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية يدخل فى المفهوم التقليدى لفكرة الإذاعة : انظر أعمال هذه اللجنة ، سابق الإشارة إليها، رقم ٢١ ص ١٦٠.

* اتفاقية جنيف : تنص المادة الرابعة "ثانيا" من اتفاقية جنيف على حق المؤلف فى الإذاعة دون أن تتضمن أية تفصيلات مبينة لمدلول هذا المصطلح .

نشير بداية بأن القانونين : المصرى والفرنسى استمدا أحكامهما مباشرة من الصياغة الأولى لاتفاقية برن عام ١٩٨٦ وهذا ما يجعل تفسير أحكامهما يجب أن يتفق - كقاعدة عامة - مع التفسير الواجب منحه لنصوص اتفاقية برن [١] مادامت هذه النصوص لم تتغير أسسها أو عباراتها تغييراً جوهرياً . ونلاحظ أن النص الفرنسى عام ١٩٨٥ قد تعدل حتى يشمل الوسائل المستحدثة للإذاعة مع الاحتفاظ دائما بقاعدة عامة مؤداها : ملكية المؤلف لحق استغلال مصنفاته بأية طريقة كانت مقرونة بكلمة "خصوصا" أو "بوجه خاص" . وهذا ما يجعلنا نقول بأن المشرع الفرنسى تدخل عام ١٩٨٥ بالتوضيح المفيد وليس بالتشريع الجديد، فهو لم يستحدث قواعد تشريعية جديدة ، وإنما تدخل ليخلص النص القديم من شبهة التخلف عن مواكبة التطور التقنى - على الرغم من أن النص يصلح لأجيال قادمة - ليؤكد سلطان المؤلف على وسائل التوصيل المباشر لمصنفه إلى الجمهور سواء أكان ذلك عن طريق الإذاعة اللاسلكية أم السلكية[٢]. على أية حال فإن الصياغة الجديدة لهذا الحق قطعت الطريق على أية محاولة تفسير للنصوص القانونية تستهدف الحد من نطاق الحق الاستئثارى للمؤلف[٣].

أما اتفاقية جنيف فالرأى الفقهى[٤] هو أنها تخضع فى تفسيرها لحكم اتفاقية برن[٥]. وسند هذا الرأى يكمن فى هاتين الحجتين :

---

(١) انظر فى تفصيل ذلك رسالتنا، سابق الإشارة إليها ، ص ١٠٦ وما بعدها.

(٢) ولم يكن هذا رأينا وحدنا عام ١٩٨٣ (انظر رسالتنا السابقة ص ١٠٦) بل كنا نشارك فى ذلك الأغلبية الساحقة للفقه الفرنسى السابق على تعديل عام ١٩٨٥ ، انظر على سبيل المثال:- Henri DESBOIS, Le droit d'auteur en France, Dalloz 1978, no. 270 p. 35 et Gyorhy BOYTHA, De la convention adopté à Nairopi concernant la distribution de signaux porteurs de programmes transmis par satellites vu sous l'angle de la protection du droit d'auteur, Dr, Auteur 1984 p. 74 et s.notamment p. 75 .

(٣) Claude COLOMBET, Propriété Littéraire et Artistique et Droits Voisins, Dalloz, 3ème édition no. 203.

(٤) E.ULMER, op. cit, p. 15 et Philipe GAUDRAT, La protection de l'auteur lors d'une transmission spatiale de son oeuvre, RIDA 1980 no. 104 pp. 15-17.

(٥) Rapport de groupe de travail sur les problèmes qui se pose sur le plan de droit d'auteur et des droits voisins du droit d'auteur, la distribution par câble de programme de télévision: DocumentUNESCO/OMPI/WG - CTV - 1 - 6 , Paris 6 Octobre 1977

=

الأولى : العمومـــية والمرونة اللتان تتسم بهما اتفاقية جنيف ولا سيما المواد ١ و ٢ و٤ ثانيًا بشأن الحقوق الاستئثارية للمؤلف .

الثانية : أسبقية اتفاقية برن وما ساد فى ذهن واضعى الاتفاقية العالمية أو اتفاقية جنيف[1] من إحالة ضمنية إليها لتكملة ما يرد فيها من أحكام .

وعلى هذا الأساس نستطيع أن نقول – باطمئنان – أن موضوع البحث الحقيقى هو اتفاقية برن ، وأن مـــا سنتوصل إليه من تفسيرات بشأنها سينسحب بالضرورة على القانون المصرى واتفاقية جنيف (العالمية).

ويلاحـــظ أن الخـــلاف بـــين الفقهاء فى ظل اتفاقية برن يتعلق بمعرفة ما إذا كان لابد أن يكون الجمهور مستهدفاً بالإرسال أم لا؟ والفائدة العملية لهذا الخلاف تكمن فى أن الأخذ بالرأى الأول يجعل عملـــية البث من محطة الإذاعة صوب التابع الصناعى ليست عملاً إذاعيًا خاضعا لسداد حقوق المؤلف عنه لعدم وجود جمهور ، على أساس أن البث المباشر إلى الجمهور من التابع الصناعى أو المحطة الأرضية هو الخاضع للحق الاستئثارى للمؤلف . على العكس، فإن التمسك بالرأى الثانى مفاده مباشرة المؤلف لحقوقـــه على كل عملية نقل لمصنفاته سواء أكان الجمهور موجودا فى نهايتها أم لا، وبناء على ذلك يحصل المؤلف على حقين ماليين : **أولهما** عن البث إلى التابع ، **وثانيهما** عن البث من التابع إلى الجمهور مباشـــرة (فى حالـــة التوابع الصناعية المباشرة) أو عبر المحطات الأرضية (فى حالة التوابع الصناعية غير المباشرة) أو أجهزة الاستقبال الخاصة (فى حالة التوابع الصناعية غير المباشرة ذات نطاق الخدمة المحدد). وبديهى أن نتيجة هذا الخلاف لن تهم الفرنسيين بعد أن تدخل المشرع عام ١٩٨٥ مرجحا اعتبار البث إلى التابع الصناعى – أى الحقن – عملاً إذاعيًا خاضعاً لحق المؤلف، وإن ظلت النتيجة محتفظة بأهميتها فى ظل القانون المصرى واتفاقية جنيف (العالمية).

= وهـــذا هـــو ما أكده خبراء حق المؤلف لدى اجتماعهم فى باريس عام ١٩٨٦ ، أعمال لجنة عام ١٩٨٦ ، سابق الإشارة إليها . رقم ٨١ ص ١٩٧.

(١) استبعد البعض اتفاقية جنيف (العالمية) من مجال بحثه فى مشكلات حق المؤلف الناشئة عن استخدام التوابع الصناعية عـــلى أســـاس أنها لم تتضمن تعريفا للإذاعة : Walter DISLLENZ , La protection juridique des ocuvres transmises par satllites de radiodiffusion directe, Dr. Auteur 1986 p. 352. مسافة وإغفال هذا التعريف يحسب للاتفاقية وليس عليها ، فهذا يجعلنا نقول بأن للمؤلف- وفقا لاتفاقية جنيف- حقًا استئثاريًا على إذاعة مصنفاته بأية وسيلة كانت : انظر تقرير عام ١٩٨٥ ، السابق الإشارة إليه رقم ١٣ أعمال لجنة ١٩٨٦ ، السابق الإشارة إليها، رقم ٨١ ص ٩٧.

ونعرض هاتين النظريتين على التوالى ، ثم نعقب ذلك بتوضيح موقفنا من هذا الخلاف :

* **النظرية الأولى** : البث الإذاعى المحتمل الاستقبال من الجمهور هو وحده يخضع للحق الاستئثارى للمؤلف:

يـــرى أنصـــار هذه النظرية[1] أن الاستقبال المحتمل من الجمهور للإرسال هو وحده الخاضع لحق المؤلـــف الاســـتئثارى فى مجال الإذاعة . ويرفضون بذلك اعتبار البث من المحطة الإذاعية صوب التابع الصناعى بثًا إذاعيًا خاضعاً لهذا الحق، ويستندون فى ذلك إلى الحجج الخمس الآتية :

الحجـــة الأولى : الإحالـــة الضمنية من المشرع الدولى لاتفاقية برن إلى تعريف الإذاعة الوارد فى اللائحـــة الدولـــية لاتصالات الراديو[2] الصادر عن الاتحاد الدولى للاتصالات [3] عام١٩٤٧ . فتعد الإذاعة وفقا لهذا التعريف : " إدارة اتصالات تبث الإرسال الهرتزلى بهدف أن يستقبله الجمهور مباشرة" (مادة ٢٨أ).

الحجة الثانية : تعريف الإذاعة الواردة فى صياغة روما (عام ١٩٢٨) لاتفاقية برن ، والذى يجعل العلانية أساساً لخضوع عملية الإذاعة للحق الاستئثارى للمؤلف . ويعتقد أصحاب هذه الحجة فى أن الطـــابع العلنى للإرسال الإذاعى لم يتم استبعاده من صياغة بروكسل للاتفاقية إلا بغرض كفالة المرونة والبساطة للصياغة الجديدة . ويستدلون على ذلك بما ورد فى أعمال اللجنة الفرعية لمؤتمر بروكسل من أن حـــق المؤلفـــين فى الترخيص بنقل مصنفاتهم إلى الجمهور عن طريق الإذاعة ، يجب أن يستمر دون تعديـــل، وأن تبسيط الصياغة وحده اقتضى استبدال مصطلح الإذاعة بمصطلح النقل إلى الجمهور عن طريق الإذاعة [4].

الحجة الثالثة : فكرة الإذاعة التى أخذت بها اتفاقية روما لحقوق المؤدين والعازفين ومنتجى البرامج وهيئات الإذاعة (عام ١٩٦١) والتى بمقتضاها يخضع بث الصوت أو الصورة أو الصوت والصورة معا عبر الموجات الإذاعية لنصوص الاتفاقية ، شريطة أن تكون غايته أن يستقبله الجمهور .

---

(١) E. ULMER, op. cit, p. 9 et c. MASOUYE, Guide ..., p. 78.

(٢) بالفرنسية Règlement International de Radiocommunication : R.I.R.

(٣) بالفرنسية Union International des Télécommunication : U.I.T.

(٤) Actes de la conférence de Bruxelles, Berne 1951 p.\286.

الحجـــة الرابعة : الرأى الوارد فى ورقة العمل التى أعدها منظمة الـــ B.I.R.P.I الدولية [1] (التى أصـــبحت OMPI/WIPO فـــيما بعد) لمجموعة الخبراء الذين اجتمعوا فى أكتوبر/تشرين أول عام ١٩٦٧ لبحـــث مشاكل حق المؤلف المتعلقة بالإرسال بواسطة التوابع الصناعية . فقد أعرب واضعوها عـــن اعتبارهم بث الإشارات الإذاعية فى المحيط الفضائى غير خاضع لحق المؤلف ، على أساس أن هذا البـــث يـــتم إما فى صـــورة ذبذبات لا يمكن للجمهور التقاطها ، وإما عبر أسلاك لا تصل إلى المحطة الأرضـــية المقصودة الموجه إليها الإرسال . وفى الحالتين لا توجد إذاعة فى مفهوم حق المؤلف أو حتى وفقا للمفهوم التقنى .

الحجة الخامسة : حكم المحكمة العليا الكندية الصادر فى الأول من شهر أبريل/نيسان عام ١٩٦٨ بشأن تحديد ما إذا كانت إعادة بث برنامج إذاعى عبر الهوائيات إلى هيئات إذاعية أخرى ، يعد عملا من أعمال الإذاعة أم لا . فقد اعتبرت المحكمة أن توجيه الإشارات فى صورة غير قابلة للالتقاط المباشر من الجمهور لا يعد إذاعة فى مفهوم تشريع حق المؤلف . ويجد أصحاب هذه الحجة فيها تعبيراً صادقاً عن موقف اتفاقية برن من المسألة ؛ لأن أحكام القانون الكندى مستمدة من اتفاقية برن[2].

وقد لاقت هذه الحجج الخمس رواجاً كبيراً لدى ممثلى هيئات الإذاعة لأنها تخولهم الحق فى سداد جعل مادى واحد عن البث إلى الجمهور عبر التابع الصناعى المباشر ، أو المحطة الأرضية للتوابع الصناعية غير المباشرة ، دون البث من محطة الإذاعة الأرضية صوب التابع (الحقن).

* **النظرية الثانية** : البث الإذاعى يخضع للحق الاستئثارى للمؤلف ، ولو لم يوجد جمهور:

يرى المؤلفون أن هذه النظرية تبرر حصولهم على جعل مالى منفصل عن كل عملية من شأنها نقل مصنفاتهم عن طريق الحقن أو التوزيع، فما يعطى الحق للمؤلف فى اقتضاء الجعل المالى هو عملية البث فى حد ذاتها ، بصرف النظر عما إذا كان الجمهور يتلقاها أم لا . فيكون للمؤلف أن يحصل على جعلين ماديين : أولهما عن الحقن إلى التابع ، وثانيهما عن البث إلى الجمهور .

---

(١) التسمية الفرنسية الأصلية الكاملة هى :

Bureaux Internationaux Reunis Pour la Protection de la Propriété Intellectuelle..

(٢) انظـــر فى تفصـــيل ظروف هذا الحكم والقول بأن ما وصل إليه الحكم يعد نتيجة منطقية لهذه الظروف بغية عدم حصـــول الشـــــركة المدعية على جعل مادى مزدوج عن عملية استغلال واحـــدة : مقال NABHANسابق الإشارة إليه ص ١٩ وما بعدها.

وتقوم هذه النظرية على حجج أربع وهى :

الحجـــة الأولى : عدم إمكان الأخذ بتعريف الإذاعة الوارد فى لائحة اتصالات الراديو عند تفسير اتفاقية برن، على أساس أن تلك اللائحة تنص فى ديباجتها على أن التعريفات الواردة بها مقصورة على مجالات استعمال اللائحة وحدها، ولا يمكن من ثمة مدها إلى حالات أخرى .

الحجة الثانية : ضرورة الرجوع إلى أعمال مؤتمر بروكسل لتعديل اتفاقية برن ، والثابت فيها أن الإرسال عبر الأثير وحده هو موضع الاعتبار، فيستوى أن يكون المصنف المذاع قد التقط واستمع إليه أو لا. فـــالمهم ، هـــو إمكانة الاستماع إلى الإرسال، فليس من المقبول تبرير إجراء عملية البث دون الحصـــول على ترخيص من المؤلف بالقول بأن أحداً لم يستقبل الإرسال . فالفارق واضح بين إرسال يمكن للجمهور التقاطه ، وهو خاضع لحق المؤلف وإرسال لا يمكن التقاطه مطلقاً من الجمهور ، وهو يخرج بيقين من نطاق الحق الاستئثارى للمؤلف(1).

الحجة الثالثة : عدم إلزام ورقة العمل التى ادعتها منظمة الـــ BIRPI، لأن هذه الورقة – كغيرها مـــن أوراق العمـــل الـــتى تقدم للجان العمل – تعدها سكرتارية المنظمة لمجرد عرض معلومات قابلة للمناقشة ، ومن الخطورة بمكان ، إعطاء هذه الآراء قيمة الرأى الرسمى للمنظمة لاسيما وأن هذا الرأى الوارد فى ورقة العمل لم يكتب له التأييد من جانب لجنة العمل .

الحجة الرابعة : الطابع الإقليمى للأحكام الوطنية، فحكم القضاء الكندى ليس سوى حكم وطنى مجرد من كل قيمة دولية ، علاوة على أن القانون الكندى نفسه الذى حكمت على أساسه المحكمة ، والـــذى يتـــبنى صياغة روما (عام ١٩٢٨) لاتفاقية برن – وليس صياغة بروكسل عام (١٩٤٨) – اختفت فيه فكرة الجمهور ، وذلك وفقاً لما أقر به أصحاب النظرية الأولى أنفسهم(2).

خلاصة القول ، أن المؤلف يملك الحصول على جزء مالى منفصل عن كل من عملية الحقن وعملية التوزيع باعتبار أن كلا منهما تعد بثًا إذاعيًا للمصنف فى مفهوم اتفاقيتى برن وجنيف .

---

(١) انظر مقال GAUDRAT سابق الإشارة إليه ، ص ٢٥ وانظر مقالKEREVER سابق الإشارة إليه ص ٥٩ حيـــث يؤيد الأخير خضوع البث صوب التابع الصناعى لحق المؤلف على أساس وجود حق غير مكتوب فى اتفاقية برن وإن كان عالقاً فى الأذهان وهو حق طرح المصنف للتداول (mise en circulation de l'oeuvre) فالهيئة الإذاعية الأصلية هى التى قامت بتضمين البرنامج مصنفات محمية.

(٢) راجع الحجة الثانية فى النظرية الأولى ص ١٤.

النظرية المختارة : الرأى الذى نطمئن إليه هو الرأى السائد لدى النظرية الثانية ليس فقط لوجاهة حججه ، ولكن أيضا لقيامه على تفسير سليم للنصوص مؤيد بالمنطق والقانون .

مـــع ذلك ، فإن تأييدنا لها ليس مطلقاً، فما ننضم إليهم فيه هو اعتبار البث إلى التابع ومنـــه بثا إذاعيًا خاضعاً للحق الاستئثارى للمؤلف فى مجال الإذاعة ، على أساس أن وجود جمهور ليس ضروريًا للقول بوجود عملية إذاعة واقعة تحت سطوة الحق الأدبى والمالى للمؤلف ، فبدون لعب بالألفاظ هناك اختلاف جوهرى بين إرسال يمكن التقاطه من الجمهور ولكن لم يستقبل ، وإرسال لا يمكن التقاطه من الجمهور على وجه الإطلاق[1]. فالإرسال الذى يتم فى صورة إشارات يمكن للجمهور التقاطه إذا كان لدى أفراده الأجهزة اللازمة لذلك . وتحفظنا على أصحاب النظرية الثانية يتلخص فى أن عمليتى الحقن والتوزيع غير منفصلتين فكل منهما تكمل الأخرى أو هما – كما قيل بحق – تولدان من رحم واحد . فلا يغنى الحقن عن التوزيع، ولا يغنى التوزيع عن الحقن[2]. لذلك، أكد خبراء حق المؤلف فى اجتماعهم عام ١٩٨٦[3] على أن التوزيع إذا تم بطريقة سلكية أو لاسلكية لا يعـــد استغلالاً جديداً للمصنف بل تهيئة لـــه ليتلقاه الجمهور ، على أساس أن التوزيع، أيا كانت طريقته، هو مجرد مرحلة من مراحل البث الإذاعى[4] فى ظل اتفاقيات برن وجنيف وروما وبروكسل[5].

---

(١) وقد سبق أن أشرنا إلى هذه الحجة فى الهامش رقم ٩٨.

(٢) GAUDRAT, op. cit, p. 25, G.BOYTHA, op.cit, p. 75, Georges KOUMANTOS, Défis et promesses des mass media pour le droit d'auteur, Dr. Auteur 1981 p. 18, M-H LOUTFI, thèse, op. cit, p. 160 et KEREVER, op. cit, p.45.

وتقابل هذه الصفحة الصفحة رقم ١١٣ فى الترجمة العربية للرسالة.

(٣) أعمـــال لجنة عام ١٩٨٦، السابق الإشارة إليه، رقم ٨٢ ص ١٩٧؛ ١٩٨ ورقم ١٠٨ ص ٢٠١ ورقم ١٣٣ ص ٢٠٧ وما بعدها

(٤) وهذا هو ما كان خبراء حق المؤلف قد قرروه فى لجنة عام ١٩٨٥ ، سابق الإشارة إليه ، ص ١٥٩.

(٥) أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها رقم ٨٢ ص ١٩٨ : ١٩٧ مع ذلك فإن القانون الأسبانى الجديد للملكية الفكرية رقم ٢٢-٨٧ الصادر فى ١١ من نوفمبر/تشرين ثان عام ١٩٨٧ اعتبر أن الحقن والتوزيع عمليتان منفصلتان يتعين أخذهما صراحة فى الاعتبار من المؤلف عند ترخيصه بهما : انظر فى A.DELGADO, La nueva ley espanola sobre propiedad intelectual, RIDA no.138 Octobre 1988 p.233. ويشـــير إلى ذلك المؤلف الأخير صراحة بقوله:

"Una cosa es que el concepto de emision comprenda el de produccion de seriales via satelite y otras cosa que la autorizacion para emitir lleve implicita la primera son dos operaciones distintas las que corresponden modalidades diversas del derecho de comunicacion, que deben ser tenidas en cuenta en la autorizacion mencionarse especificamente (art. 43. 1).

وهـــــذا الذى قلناه ينسحب على التوابع الصـــناعية للبث الإذاعى غير المباشـــر انسحابه على الـــتوابع الصناعية للبث الإذاعى المباشـــر . بيد أن الأمر يدق بخصوص التوابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر ، والتى يمكن أن تظهر فيها ثلاث مراحل ســـابقة على وصول الإرسال إلى الجمهور وهى المراحل الآتية[1] :

المرحلة الأولى : مرحلة الرابطة الصاعدة [2] وتكون من المحطة الأرضية للإذاعة إلى التابع الصناعى .

المرحلة الثانية: مرحلة الرابطة الهابطة[3] وتكون من التابع الصناعى إلى المحطة الأرضية المستقبلة.

المـــرحلة الثالثة : مرحلة التوزيع إلى الجمهور وتكون من المحطة الأرضية المستقبلة إلى الجمهور أو إلى أية هيئة موزعة أخرى .

وهذه المراحل الثلاث لا يجب أن تشكل أيضاً مشكلة فى سبيل رجل القانون ، فهى مراحل متكاملة تستهدف البث الإذاعى إلى الجمهور ، وتعد عملية إذاعة واحدة مثلها فى ذلك مثل عملية الإذاعة المباشرة المكونة من مرحلتين وهما : الحقن والتوزيع .

وقد لاحظ خبراء حق المؤلف لدى اجتماعهم فى باريس عام ١٩٨٦ ضرورة الأخذ بمعيار حاسم بشأن توابع البث الإذاعى غير المباشر يميز بين عمليات البث التى تستدعى إعمال حقوق المؤلف وإعمال البـــث الـــتى لا تستدعى ذلك، ووجدوا فى الهدف الأول للبث معياراً شافيًا . فإذا كان هدف البث للإشـــارات هو التوزيع العلنى، فالعملية تعد عملية إذاعة تستأهل إعمال حقوق المؤلف بشأنها ، أما إذا كان هذا الهدف لم يكن مبرمجاً بداية عند بث الإشارات بل اتخذت الهيئة المستقبلة هذا القرار فى وقت لاحق . لذلك ، فإن العملية لا تعد عملية إذاعة فى مفهوم الملكية الفكرية . وينطبق هذا الحكم أيضاً من باب أولى إذا كان هدف بث الإشارات مقصوراً على التخزين ، ثم تم تقرير بثه إذاعيًا إلى الجمهور فى توقيت لاحق . فما يجعل من بث الإشارات بثًا إذاعيًا فى مفهوم تشريعات حق المؤلف ، هو استهداف الهيـــئة الحاقنة للإرسال البث الإذاعى اللاحق للبرامج التى تحملها الإشارات . وهذا ما ينتفى إذا كان غـــرض الحقـــن هو بمجرد التخزين ، ثم ترك الأمر للهيئة المستقبلة للإشارات لتقرير البث الإذاعى إلى

---

(١) انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦ ، السابق الإشارة إليها ، رقم ١٠٦ ص ٢٠١ وما بعدها.

(٢) وتسمى بالفرنسية Liaison ascendante أو Trajet montant ، وبالإنجليزية The uplink stage

(٣) وتســـمى بالفرنســـية Liaison descendante أو Trajet descendant ، وبالإنجليزية The down link stage

الجمهـــور من عدمه – ولو كانت هذه البرامج أنتجت بداية ليتم بثها إذاعيًا – فقررت البث بالفعل . فالهدف الأول لم يكن البث إلى الجمهور[1].

وعـــلى أيـــة حال ، فإن علانية الإذاعة عبر التوابع الصناعية غير المباشرة تستشف من هدف بث الإشـــارات عند إجراء عملية الحقن ، هل هو التوزيع على الجمهور أم غير ذلك؟ فيعد البث إذاعيا إذا كـــان الهدف من الحقن هو مجرد التخزين أو كان اتخاذ هذا القرار غير معروف بداية ولكنه ترك ملك يمين الهيئة المستقبلة، فقررت البث الإذاعى إلى الجمهور.

المبحث الثالث
الجهة المسئولة عن دفع حقوق المؤلف

يثور الخلاف مرة أخرى بشأن تحديد الجهة المسئولة عن دفع حقوق المؤلف ، هل هى محطة الإذاعة الأصـــلية ؟ أم الجهـــة المسئولة عن التابع الصناعى غير المباشر ؟ أم الجهة القائمة بتوزيع الإرسال على الجمهـــور؟ وتتغير صيغة هذا السؤال بالنسبة للتوابع الصناعية المباشرة ، فتقتصر على الخيارين الأولين وهما : جهة الإذاعة الأصلية ، والجهة المسئولة عن التابع الصناعى غير المباشر .

نبدأ بالإجابة عن هذا السؤال بالنسبة للتوابع الصناعية المباشرة لعدم وجود مشاكل فقهية بشأنها ، ثم نجيب عن التساؤل التالى الخاص بالجهة المسئولة عن دفع حقوق المؤلف عند البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية غير المباشرة؟

وقبل أن نشرع فى الإجابة عن ذلـــك التساؤل، يتعين علينا أن نستبعد بداية الجهة المستغلة للتابع الصناعى من مجال البحث ، على أساس أن التابع الصناعى : إما أن يكون مملوكاً لهيئة الإذاعة الأصلية أو هيئة التوزيع ، أو تحت يد مؤجر يضع التابع تحت تصرف المستأجر نظير أجرة معينة .

---

(١) أكـــد الخبراء أن هذا التحديد مقصور على مجال الملكية الفكرية ولا ينصرف إلى أية مجالات أخرى للقانون الدولى: انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦، السابق الإشارة إليه، رقم ١٠٦ ص ٢٠١ . وهذا ما يؤكد عليه الأستاذ/ صالح عبادة المدير العام للمكتب الجزائرى لحق المؤلف فى بحثه باللغة الفرنسية المقدم إلى الندوة الإقليمية التى عقدت فى القاهرة فى الفـــترة مـــا بـــين ١٦-١٨ مـــايو/أيـــار عام ١٩٨٩ بناء على دعوة المنظمة العالمية الملكية الفكرية لدراسة تأثير التكنولوجيات الحديثة على قوانين الملكية الفكرية (OMPI/FT/CA/89/11 Document) المعنون بـــ:
La transmission par satellite et la distribution par câble et le droit d'auteur p.9.

أولاً : الجهة المسئولة عن البث الإذاعى بالتوابع الصناعية المباشرة :

يـــنعقد الرأى[1] على جعل هيئة الإذاعة الأصلية مسئولة فى مواجهة المؤلف عن احترام حقـــوق المؤلف الناشئة عن تضمين مصنفاته إرسالها المباشر الموجه إلى الجمهور. ويستند هذا الرأى المنطقى إلى أن هذه الهيئة وحدها هى صاحبة قرار البث الإذاعى[2] .

وبديهـــى ، أن قيام جهة ثانية باستقبال هذا الإرسال ثم إعادة بثه سلكيًا أو لاسلكيًا، لا يحل هيئة الإذاعـــة الأصلية من مسئوليتها قبل المؤلف ، بل تظل هذه الأخيرة ملتزمة بما قامت به من بث إذاعى مباشـــر، وينشأ للمؤلف حق فى جعل مالى جديد نظير عملية إعادة استغلال مصنفه بعملية بث إذاعى جديـــدة . ولا ينشأ هذا الحق لـــه فى ذمة هيئة الإذاعة الأصلية ، بل فى ذمة الهيئة الجديدة التى قامت

(١) انظـــر تقرير لجنة عام ١٩٨٥، السابق الإشارة إليه، رقم ١٢/٥ ص ١٥٩ ورقم ٢٦ ص ١٦١، وأعمال لجنة عام ١٩٨٦، السابق الإشارة إليها، ص ١٩٨ وهو كذلك رأى COLOMBET (المرجع السابق رقم ٢٠٣ بالنسبة للقـــانون الفرنسى الحالى لحق المؤلف وهذا هو الرأى أيضا بالنسبة للاتفاقيات الدولية الحالية: FABIANI المقال السـابق، ص ١٨و ٩١و DILLENZ المقـــال السابق، ص ٣٢٥ و ٣٤٦/ وشقرون، البحث السابق ص ١٣ وعبادة،البحث السابق، ص ٢٣ وكذلك:

Herman COHEN JEHORAM,Legal issues of satellite television in Europe October 1984 no. 122 p .147 et s

ويـــرى ســـيادته أن هذه النتيجة منطقية بالقياس على حالة البث الإذاعى التقليدى ويلاحظ أن الخلاف بين الحالتين هو فى اتساع دائرة الجمهور فى الحالة الأولى واستحقاق المؤلف لجعل مالى أكثر ارتفاعا.

(٢) وقـــد ورد هـــذا الرأى صراحة فى تقرير المقررة العامة للمؤتمر الدبلوماسى الذى صدرت فى نهايته اتفاقية بروكسل المعروفة باسم اتفاقية التوابع الصناعية، فأشارت السيدة Barbara RINGER فى تقريرها إلى أن اقتراحاً مشتركاً قـــدم من وفدى ألمانيا الاتحادية واستراليا إلى المؤتمر بغرض إضافة فقرة جديدة للاتفاقية مفادها مسئولية هيئة الإذاعة الأصلية عن حقوق المؤلفين والعازفين ومنتجى الفونوجرام فى حالة البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية المباشرة، وأن هـــذا الاقـــتراح قد سحب بعد اقتناع الوفدين بوجهة نظر المؤتمر المتمثلة فى استبعاد هذه التوابع الصناعية من نطاق الاتفاقـــية . بـــيد أن هذين الوفدين أصرا على تضمين هذا الرأى التقرير العام للمؤتمر فورد فيه "كان من الواضح للخبراء الحكوميين المجتمعين فى باريس عام ١٩٧٢ وفى نيروبى عام ١٩٧٣ أنه عندما يستخدم تابع صناعى فى توزيع الإشـــارات حاملة البرامج الصادرة مباشرة من التابع الصناعى، فإن الهيئة الأصلية هى التى تعتبر – ولو لم ينص فى الاتفاقـــية على ذلك – مسئولة عن التوزيع فى مواجهة المؤلفين والمؤدين والعازفين ومنتجى الفونوجرام دون أن ينال من ذلك أن التوزيع قد تم فى الفضاء بعيداً عن نطاق تطبيق كل التشريعات الوطنية "وأكد أعضاء هذين الوفدين بأن اســـتجابتهم لهـــذا الاقتراح لا تعد تخليًا عن هذا الرأى الجماعى وإنما امتثالاً لوجهة نظر المؤتمر فى هذا الشأن: انظر الـــتقرير العام لهذا المؤتمر:(Dr. Auteur، 1974 p. 294 no. 115) وانظر فى تأكيد أهمية هذا الرأى الذى لم يجد لنصوص الاتفاقية سبيلاً مقال DILLENZ سابق الإشارة إليه ص ٣٥٢ .

بإعادة البث . كما تلتزم كل جهة فى حدود العملية التى قامت بها باحترام الحقوق الأدبية للمؤلف المعنى احترامها لحقوقه المالية.

ونـــنوه بأن ما قدمناه من أحكام ينطبق على البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية غير المباشرة ذات نطاق الخدمة المحدد ، والتى يستقبلها الجمهور عبر أجهزة استقبال خاصة دون مرور بمحطة أرضية [1].

ثانيا: الجهة المسئولة عن البث الإذاعى بالتوابع الصناعية غير المباشرة :

تثور هنا المشكلة بشكل أكثر تعقيدا لتعدد الجهات المهيمنة على المراحل السابقة على وصول البث الإذاعى إلى الجمهور ، فنجد هيئة الإذاعة الأصلية (أى الهيئة الحاقنة) وهيئة التوزيع (أى الهيئة الموزعة)، وهنا نتساءل: أيهما تلتزم فى مواجهة المؤلف باحترام حقوقه الأدبية والمالية ؟

ومن الطبيعى ، أن ينقسم الرأى بين فريقين : **أولهما** يعتبر هيئة الإذاعة الأصلية وحدها مسئولة عن اتخـــاذ قرار البث ، **وثانيهما** يرى فى الهيئة الموزعة للإرسال المسئولة الوحيدة عن إتمام عملية الإذاعة ، على أساس أن البعض يرى فى عملية البث الأولى بثًا إذاعيًا خاضعاً لحق المؤلف، والبعض الآخر يرى أن هـــذا التكيـــيف الأخير يقتصر على عملية التوزيع التى يوجد الجمهور فى نهايتها . ونحن لن نعود هنا لمناقشـــة حجـــج كل فريق، فقد حسمنا المشكلة لصالح الرأى القائل : بتكامل عملية بث الإشارات وتوزيـــع الإرســـال ، واعتبرناهما مرحلتين فى عملية إذاعة واحدة . لذا ، فإن السؤال المطروح يتعلق بالمسئول عن هذه العملية: هل هو الحاقن أم الموزع ؟

يذهب البعض[2] إلى مسئولية هيئة الإذاعة الأصلية أى الهيئة الحاقنة باعتبارها صاحبة قرار البث . ويؤكد أن أسباباً قوية تبرر هذا الرأى لاسيما وأن المؤلف لا يملك حقًا ماليًا على بث مصنفاته فحسب، بـــل يتمـــتع بحق أدبى يخوله الترخيص ، أو عدم الترخيص بالقيام بهذا البث، ويضرب مثلا بالحالة التى لا تكون فيها الهيئة هيئة إذاعية فى حد ذاتها ، بل مجرد وسيط يلتزم بإمداد عدة محطات أرضية للتوزيع بالبرامج عبر التوابع الصناعية توطئة لقيام كل محطة توزيع ببث هذه البرامج إلى عملائها، ثم يقوم هؤلاء العملاء بإعادة بث هذه البرامج بطريقة سلكية إلى الجمهور. وهنا لا يجد حلاً سوى عقد مسئولية الهيئة الأصلية استناداً إلى المفهوم الحديث للإذاعة الذى يعتبر البث صوب التوابع الصناعية بثًا إذاعيًا خاضعاً لحق المؤلف .

---

(١) انظر تقرير أعمال لجنة عام ١٩٨٦ سابق الإشارة إليه ص ١٩٨ .

(٢) COHIN JEHORAM, op cit, pp. 165-167 et SZILGYI, op.cit. p. 163.

ويذهـــب غالبية أهل الفقه إلى القول بمسئولية الهيئة الأصلية الحاقنة والهيئة المستقبلة الموزعة فى آن واحـــد: فـــيرون أن الهيئة الأصلية مسئولة احتياطيًا إلى جوار الهيئة الموزعة[1] على سبيل التضامن[2] أو التضامم[3]. واكتفى خبراء حق المؤلف بالقول بأنهما يسألان معا عن سداد حقوق المؤلف[4] وأن العمل جـــرى على أن تقوم الهيئة الموزعة بسداد حقوق المؤلف العالمية، وإن كان يحدث أحياناً أن تقوم الهيئة الأصـــلية بالســـداد . ولم ير الخبراء انطباق هذا الرأى على المرحلة النهائية السابقة على الإذاعة وهى مـــرحلة الـــتوزيع. فقصروا مسئولية الهيئة الموزعة عند الرجوع إليها على المرحلة التى قامت بها وهى مرحلة التوزيع فقط[5] . واستند الخبراء فى ذلك إلى ضرورة مراعاة نية كل طرف: فالهيئة الحاقنة تنوى الحقن والتوزيع اللاحق، أما الهيئة الموزعة فليس فى نيتها سوى التوزيع فحسب؟

ويبدو أن هذه الأفكار جميعاً لم تكن بعيدة عن ذهن المشرع الفرنسى عند وضعه المادة ٣/٤٥ من قـــانون عـــام ١٩٥٧ المعدل عام ١٩٨٥، فبعد أن أكد أن ترخيص المؤلف بالبث الإذاعى لمصنفه عبر الموجـــات الهرتزلية لا يشمل بثها تجاه التوابع الصناعية غير المباشرة، جعل هيئة الإذاعة الأصلية (الهيئة الحاقنة) مسئولة عن العملية كلها فى مواجهة المؤلف ، ما لم يوجد اتفاق بينها وبين الهيئة الموزعة على القيام بالتوزيع . فإذا وجد هذا الاتفاق التزمت الهيئة الموزعة بسداد حقوق المؤلف. ويرمى هذا الحل[6] إلى ضـــمان حصول المؤلف على حقه المالى إذا لم يوجد عقد توزيع للبرامج ، كذلك يضمن هذا الحل عـــدم جمـــع المؤلف بين حقين ماليين عن عملية واحدة وهى عملية الإذاعة، فلا يكون بوسع المؤلف

---

(١) انظر فى المسئولية الاحتياطية:

MASOUYE article op .cit ،p .29: Résponsabilité Subsidiaire.

(٢) انظـــر فى قيام هذه المسئولية التضامنية: ULMER, op. cit.,p. 37: Résponsabilité Solidiaire ويعترض المستشـــار KEREVER بحـــق على هذا الرأى على أساس أن دين حق المؤلف فى هذا المقام غير محدد وأن هذا الرأى لا يحل المشكلة بين المدينين بل يسهل علاقة الدائن بمدينيه فحسب (انظر مقاله السابق ص ٤٣) .

(٣) انظر فى قيام هذه المسئولية على التضامم

(GAUDRAT, op. cit., pp. 29: 30) Résponsabilité **In Solidum.**

(٤) وتسمى بالفرنسية Résponsabilité Conjointe : أعمال مؤتمر عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليه رقم ١٠٩ ص ٢٠١ . وهذا الرأى تهرب أصحابه من بيان أساسه القانونى هل هو التضامن أو التضامم؟ ولعل هذا التهرب مرده إلى أمـــرين وهما الحرص على ترك المجال أمام كل دولة لاختيار الأساس الذى تراه مناسباً والاكتفاء بحل مشكلة المؤلف بجعله دائنا لجهتين وترك الحرية له فى اختيار الرجوع على أيهما .

(٥) مبدأ رقم ١٦: أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها، ص ٢٠٢ .

(٦) أعمال لجنة عام ١٩٨٦، السابق الإشارة إليها، ص ٢٠٢.

الرجوع على هيئة الإذاعة الأصلية عند وجود عقد توزيع مع هيئة موزعة[1]، على أساس أن هذه الهيئة الأخيرة[2] وحدها مسئولة عن دفع حقوق المؤلف.

على أية حال ، فإننا نرى فى التزام كل من هيئة الإذاعة و هيئة الحقن بسداد حقوق المؤلف على وجه التضامن فيما بينهما حلاً مقبولاً من الناحتين : القانونية[3] والعملية[4] نظراً لوحدة عملية الإذاعة وتضــــمنها مرحلـــتين وهما : البث إلى التابع ، والنقل إلى الجمهور ، أو بعبارة أيسر الحقن والتوزيع . ويحقق هذا الحل الأمان للمؤلف[5]. ويسمح لنا هذا الحل بتقرير مسئولية إحدى الهيئتين دون الأخرى حـــال كون الهيئة المسئولة واقعة فى دولة لا تحمى حق المؤلف أو تمنحه حماية محدودة. فيضمن المؤلف بذلـــك الحصول على حقوقه المالية ، ويفرض احترام حقوقه الأدبية دون مشقة . وبدهى أن لـــه فى سبيل ذلك أن يلجأ إلى الحجز على ممتلكات أى من الهيئتين فى أية دولة من الدول المستقبلة للإرســـال حتى يقتضى ما له من حقوق. كذلك، فإن توقيع هـــذا الحجز على أموال الهيئة المعلنة طالبة الإرســـال المتضـــمن "مصنفات محمية" ثم بثها لها بالمخالفة لحقوق المؤلف هو أمر منطقى لا يتعارض مع مبادئ القانون[6].

---

(١) انظـــر فى ذلكCOLOMBET المرجع السابق، رقم ٢٠٣ ص ٢١٠ . وانظر فى أصل هذا الحل التشريعى مقال KEREVER سابق الإشارة إليه، ص ٦٣ .

(٢) فإذا انتهينا إلى التزام جهة معينة بسداد حقوق المؤلف المالية كانت ملتزمة أيضا باحترام حقوقه الأدبية.

(٣) مـــن المعروف أن التضامن مفترض فى مجال المسئولية التقصيرية ولا يجوز الاتفاق على مخالفته: انظر فى تفصيل ذلك الدكـــتور عبد الرزاق أحمد السنهورى، شرح التقنين المدنى الجديد: الجزء الثالث من المجلد الأول طبعة عام ١٩٨٣ المنقحة من الدكتور عبد الباسط جميعى والمستشار مصطفى الفقى، الناشر دار النهضة العربية رقم ١٧١ ص ٣١١.

(٤) وقـــد سبق لنا أن نادينا بهذا الرأى عام ١٩٨٣ فى رسالتنا سابق الإشارة إليها: ص ١٦٠ من الأصل الفرنسى وص ١١٤ من الطبعة العربية .

(٥) ومـــن الطبـــيعى الاعتقاد فى وجود قواعد أخلاقية تحكم التعامل بين هيئة الحقن والتوزيع تجعل رجوع أيهما على الأخـــرى أمـــراً لـــيس بالعســـير ولاسيما بفضل الإدارات القانونية النشطة لهذه الهيئات المليئة ماليًّا: انظر فى هذا المعنى: GAUDRAT'op. cit' pp 29 : 30.

(٦) أعمال لجنة مؤتمر عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها، رقم ٥٤ ص ٢٠١ .

المبحث الرابع
القانون الواجب التطبيق على بث البرامج عبر التوابع الصناعية

ننصــرف هنا إلى البحث عن القانون الواجب التطبيق على بث البرامج عبر التوابع الصناعية عند وجود الهيئات المعنية فى عدة دول مختلفة . فإذا كنا قد انتهينا إلى مسئولية هيئة الإذاعة الأصلية عن البث الإذاعــى المباشــر ، ومسئولية هيئتى الإذاعة الأصلية والموزعة للإرسال عن البث الإذاعى غير المباشر، فليس معنى هذا أننا حسمنا مشكلة القانون الواجب التطبيق لعدم وجود ارتباط بين المسألتين[1] .

بداية، ننوه بأن الفقه يستبعد اتفاقية الفضاء الموقعة عام ١٩٦٧ من نطاق الدراسة . فعلى الرغم من أن هذه الاتفاقية تستلزم تسجيل كل تابع صناعى باسم دولة معينة تحفظه فى ظل قضائها مما قد يوحى بــأن قــانون البلد التابع لها التابع الصناعى هو الواجب التطبيق، فإن الرأى منعقد على أن هدف هذه الاتفاقية هو تحديد المسئولية المترتبة على الأضرار التى يسببها التابع الصناعى فحسب[2].

وبالرجوع إلى القواعد العامة فى مجال القانون الدولى الخاص نجد أن مجمع القانون الدولى قد قرر فى اجــتماعه فى Edimbourg عام ١٩٦٧ أن القانون الواجب التطبيق هو قانون المكان الذى يرتبط به مركــز العلاقــة ارتــباطا وثيقا ، بالنظر إلى كل الأفعال التى تربط الجرم بمكان معين منذ بدء العمل الإجــرامى حــتى تحقق الضرر[3] وهذا القرار هو الذى قد يقودنا إلى نتيجة مؤداها ضرورة أخذ كل القوانــين المرشــحة للتطبيق فى الاعتبار. وهنا نتساءل : هل تتفق هذه النتيجة مع المنطق الذى يحكم عمليات البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية؟

وتقتضى الإجابة عن هذا التساؤل التفرقة بين بث البرامج عبر التوابع الصناعية غير المباشرة وبثها عبر التوابع الصناعية المباشرة على النحو الآتى:

---

(١) FABIANI, op. cit., p. 24.

(٢) GAUDRAT, op. cit, pp. 39-40 et KEREVER, op. cit., p. 41. وقد وقعت هذه الاتفاقية فى ٢٧ من يناير/كانون ثان سنة ١٩٦٧ ودخلت حيز النفاذ فى العاشر من شهر أكتوبر/تشرين أول عام١٩٦٧: انظر النص الكامل للاتفاقية:.MATTE, op. cit., pp. 217: 221

(٣) قرار مشار إليه لدى: FABIANI المقال السابق ص ٢٤.

أولا: القانون الواجب التطبيق على البث الإذاعى غير المباشر[1]:

يتـــنازع حكـــم عمليات البث الإذاعى غير المباشـــر عدة قوانين هى : قانون بلد البث إلى التابع الصـــــناعى (بلد الحاقن) وقانون (أو قوانين) البلد (أو البلاد) المستفيد (أو المستفيدة) من توزيع الإرسال (أى البلد أو البلاد المستقبلة). وهنا نتساءل مرة أخرى: أى هذه القوانين يحكم المسألة؟

أوصـــى خبراء حق المؤلف لدى اجتماعهم فى باريس عام ١٩٨٦ بالأخذ بنظرية بوجش[2] وتبنى مبدأين وهما:

المـــبدأ الأول: اعتبار البث الإذاعى واقعا فى نفس الوقت فى بلد إرسال الإشارات (أى بلد الهيئة الحاقنة) والبلد أو البلاد التى تغطيها المحطة الموزعة[3] .

المـــبدأ الـــثانى: التطبيق الجامع لقانون بلد إرسال الإشارات (الحقن) وقانون (أو قوانين البلد (أو البلاد) الموجه إليها الإرسال (الاستقبال) [4] .

وفرق الخبراء بين فرضين عمليين وهما:

الفـــرض الأول: اختيار أصحاب الحقوق الرجوع بحقوقهم على الهيئة الموزعة للبرامج من خلال المحطة الأرضية المستقبلة للإشارات، فيكون القانون الواجب التطبيق هو قانون البلد الواقعة فيها المحطة الأرضية المستقبلة .

الفـــرض الثانى : اختيار أصحاب الحقوق الرجوع بحقوقهم على الهيئة القائمة بالبث صوب التابع الصناعى (الهيئة الحاقنة)، فيكون القانون الواجب التطبيق هو القانون الأفضل لهم من حيث نمط الحماية ودرجتها . فلا يطبق قانون البلد الواقعة فيه هيئة "الحقن" إلا إذا اتحدت أحكامه أو تفوقت على أحكام قانون البلد الواقعة فيه المحطة الأرضية المستقبلة من حيث نمط ودرجة الحماية . وفى غير هاتين الحالتين يكـــون قانون البلد الواقعة فيه المحطة الأرضية المستقبلة وحده واجب التطبيق . ومثال العنصر المرجح

---

(١) يلاحـــظ أن توابـــع البـــث الإذاعى غير المباشر ذات نطاق الخدمة المحدد تطبق عليها أحكام التوابع الصناعية للبث الإذاعى المباشر كما سبق القول: مبدأ رقم ١٩ (أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها، ص ٢٠٢) .

(٢) انظر سابقا هامش رقم ١٥ .

(٣) مبدأ رقم ١٧ و(أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها ص ٢٠٢) .

(٤) مبدأ رقم ١٨ و(أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها ص ٢٠٢) .

للقانون الأخير هو أن يكون قانون بلد الهيئة "الحاقنة" متضمنا رخصة غير إرادية، إجبارية أو قانونية[1]، تحد من السلطة التقديرية للمؤلف فى الترخيص باستغلال مصنفاته نظير الجعل المادى الذى يراه مناسباً . فمـــثل هذه الرخصة تنال من نمط ودرجة الحماية، كما أن مجرد تضمن تشريع بلد الاستقبال لها يجعل القول بتطبيق هذا التشريع مخالفاً لقاعدة إقليمية الرخص الواردة فى المادة ١١ ثانيا/٢ من صياغة باريس لاتفاقية برن[2].

ويلاحـــظ أن إعمال أحد قوانين بلد من بلاد الاستقبال مقتضاه : أن يكون هناك إرسال حقيقى ومعتبر فى هذا البلد، أما إذا كان الإرسال هناك محدودًا فإن اعتبارات العدالة تستوجب إهدار قانون هذا الـــبلد حتى لا يتدخل فى حكم علاقة دوره فيها ضئيل[3]. وهذا هو الوضع عادة بالنسبة للبث الإذاعى غير المرغوب فيه من محطة التوزيع والذى يتم لأسباب تقنية ليس بالوسع تفاديها[4] فمثل هذا النوع من البث الإذاعى ليس مقصوداً وصوله إلى المكان المستقبل له ، وإن كان يعـــد نتيجة حتمية للبث الإذاعى فى الفضـــاء . ولـــيس من المنطقى أن يكون مجرد الالتقاط العارض لبلد معين للإرسال سبباً فى دخول قانونه ضمن القوانين الحاكمة لهذا الإرسال !

---

(١) يقصد بنظام الرخص غير الإرادية الرخص الإجبارية (بالإنجليزى Compulsory license وبالفرنسية Licence obligatoire) والـــرخص القانونـــية (بالإنجليزية Statutory license وبالفرنسية License légale) ويمكن تعـــريف الـــرخص الإجـــبارية بأنها إذن من نوع خاص غالبا ما تمنحه السلطات المختصة أو يتم منحه عن طريق منظمات المؤلفين بشروط محددة مقابل استعمال المصنفات لأغراض معينة [معجم مصطلحات حق المؤلف والحقوق المشـــابهة، سابق الإشارة إليه، رقم ٥٠ ص (٥)] أما الرخص القانونية فهى تصريح ممنوح قانونا لاستعمال مصنف محمـــى بموجب هذا المؤلف بطريقة محددة وبشروط معينة ومقابل دفع جعالة المؤلفين (انظر رقم ٢٤٣ ص ٢٤٨ من المعجـــم نفســـه) ونسجل هنا اعتراضنا على الصياغة العربية الرديئة، بل والممسوخة فى بعض الأحيان، للتعريفات العربية الواردة فى هذا المعجم .

(٢) ويشـــير الـــبعض إلى مشـــكلة تـــثور إذا كانت دولة إرسال الإشارات تدفع جعلاً ماليًا منخفضاً بالنظر إلى دولة الاســـتقبال، ويؤكد على أن تطبيق القانون الأول فيه ترجيح لكفة هيئات الإذاعة فى بلد الإرسال فى منافستها مع الهيـــئات الموجـــودة فى بـــلاد تدفع مقابلا أعلى علاوة على ما فى هـــذا التطبيق من أضرار بالمستقبل الاقتصادى للمصنف .

(٣) هـــذا هو ما يعبر عنه باللغة الفرنسية بـــ Principe de minimis: انظر تقرير لجنة عام ١٩٨٥، سابق الإشارة إليه، رقم ٤/١٢ ص ٥٩ وكذلك أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها، رقم ١٠٠ ص ٢٠٠ .

(٤) وتســـمى هذه التجاوزات التقنية لدائرة الاستقبال بالفرنسية Debordements وبالإنجليزية Over Spill انظر تقرير عام ١٩٨٥، سابق الإشارة إليه، رقم ٣٧ ص ١٦٣ وأعمال مؤتمر عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها رقم ٥٨ ص ٣ وكذلك مقال NABHAN، سابق الإشارة إليه، ص ٥٥ .

ثانيا : القانون الواجب التطبيق على البث الإذاعى المباشر :

يتـــنازع حكم عمليات البث الإذاعى المباشر قانونان وهما: قانون بلد بث الإشارات إلى التابع ، وقانون أو قوانين البلد أو البلاد المستقبلة للإرسال !

أوصـــى خبراء حق المؤلف باتباع نظرية بوجش أيضا فى هذا الشأن، بمعنى إخضاع كل عملية من عمليات البث الإذاعى المباشر لقاعدة التطبيق الجامع لقانون بلد الإرسال ، وقانون أو قوانين بلد أو بلاد الاستقبال[1] لأن الإرسال يعد واقعاً فى بلد بث الإشارات ، وبلد استقبال الإرسال فى آن واحد[2].

وقـــد انتعشت الدعوة إلى تطبيق هذه النظرية مؤخرًا فى عام ٢٠٠٠ بعد الفشل فى الاتفاق على قاعدة واجبة التطبيق فى مجال تنازع القوانين فى هذا الشأن[3].

ويستند هذا المنطق إلى حجة مفادها : ضرورة احترام حق التوزيع المكفول للمؤلف تقدير أعماله زمانيا ومكانيًّا، فليس من المقبول إغفال هذا الحق الأدبى الذى قد يدفع المؤلف إلى استخدامه النيل من المستقبل التجارى لمصنفه . فقد يقدر المؤلف عدم إجراء بث إذاعى مباشر عبر التوابع الصناعية فى بلد معـــين لاعتقاده فى أن مصلحته المالية لن تكون فى غير البدء بالعرض العام فى دور السينما أو المسارح عـــلى جمهورها[4]. أو فى حجب المضمون الفكرى لمصنفه محل الإرســـال عن بلد معين يعتقد فى أن استقباله له سيعد غير مرغوب فيه سياسيًّا على ســـبيل المثال . وكما قد يتوافر هـــذا المانع الأخير لدى المؤلف قد يتوافر أيضاً لدى الدولة المستهدفة بالاستقبال[5].

ويلاحـــظ أنه إذا كانت القوانين المرشحة لحكم النزاع لا تعطى كلها النمط والدرجة نفسها من الحماية لأصحاب الحقوق، فلابد من تطبيق القانون الأفضل لهم من حيث نمط الحماية ودرجتها . وهذا الحل يستهدف تحقيق صالح المؤلفين . ولا شك فى أن القول بغير ذلك فيه انتقاص أو اعتداء على حق المؤلف بدون مسوغ قانونى[6].

---

(١) مبدأ رقم ١٤: أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليه، ١٩٨ .

(٢) مبدأ رقم ١٣: أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليه، ١٩٨ .

(٣) مكين ، المرجع السابق ، ص ٢٢٦.

(٤) تقرير عام ١٩٨٥، سابق الإشارة إليه، رقم ٣١ ص ١٦٢ .

(٥) تقرير عام ١٩٨٥، سابق الإشارة إليه، رقم ٢٨ ص ١٦١ .

(٦) تقرير لجنة عام ١٩٨٦ ، سابق الإشارة إليه، رقم ٩٢ ص ١٩٩ وقد أيد الأستاذ DIETZ هذه النتيجة فى دراسته السابق الإشارة إليها، رقم ٢٨ وما بعدها ص ١٥ وما بعدها .

ونحـــن مـــن جانبنا نؤيد فكرة التطبيق الجامع للتشريعات المعنية بعملية البث الإذاعى عبر التوابع الصـــناعية ، احـــتراماً للرأى الذى ارتضيناه وهو اعتبار عملية بث الإشارات (الحقن) وبث الإرسال (التوزيع) عمليتين مرتبطتين تولدان من رحم واحد وهو رحم عملية الإذاعة . فتشريعات حق المؤلف تخول له حقوقاً أدبية ومالية على كل عملية استغلال لمصنفاته. ومقتضى ذلك حتمية الرجوع إلى تشريع كـــل دولـــة معنـــية بعملـــية الاستغلال – أى عملية الإذاعة – عند تحديد نطاق الحقوق المطالب بها ومضمونها .

مـــع ذلـــك ، فنحن لا نقتنع بالرأى الذى قال به البعض لجعل قانون بلد بث الإشارات (الحقن) وحـــده مختصاً بحكم عملية البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية ؛ لأن هذا الرأى يعجز عن حل مشكلة بث الإشارات من بلاد لا تحمى حقوق المؤلف أو من منطقة مياه دولية غير خاضعة للسيادة الإقليمية لدولة بعينها[1]. فليس معنى عقد مسئولية هيئة الإذاعة الأصلية القائمة بالحقن أن قانونها هو الذى يطبق كما سبق القول[2]، بل لابد من مراعاة تشريعات الدول المعنية جميعاً وتطبيق أفضلها على المؤلف المعنى.

وقد يكون لأصحاب الرأى المعارض بعض الحق فى القول[3] بأن البث الإذاعى المباشر عبر التوابع الصـــناعية لا يستوى مع نشر الكتب من حيث التزام القائم به باستصدار ترخيص من كل دولة معنية بالنشـــر، فقـــد يبدو أن الحق فى جانبهم عندما يقولون بأن رفض دولة معنية بإصدار الترخيص بنشر الكـــتاب داخلها لن يترتب عليه سوى عدم نشر الكتاب فيها، فى حين إنه إذا تعلق الأمر ببث إذاعى مباشر فإن رفض دولة معنية لإصداره سيترتب عليه عدم بثه إذاعيًا إلى أية دولة على الإطلاق .

على أية حال، فإن صحة هذا القول غير ثابتة، لأن مسألة إصدار الترخيص أو عدم إصداره مسألة تقديـــرية ، ليس فى الوسع مناقشة المؤلف فيها ، لاسيما وأن سبب الرفض لن يكون الحرمان التعسفى

---

(١) تقرير لجنة عام ١٩٨٥ رقم ١٧ ص ١٠٩ . كما إن القول بأن جعل الاختصاص لقانون بلد غير بلد البث الإذاعى الأصلى يجعل المعتدى يختار القانون الأصلح له (FREEGARD, op. cit, p. 24) غير صحيح لأننا انتهينا إلى تطبـــيق القانون الأفضل للمولف فى هذه الحالة . انظر أيضا فى عيوب ترك الحبل على الغارب للأفراد لتخير القانون الأضـــعف حماية لحقوق المؤلفين وتطبيقه على عملية الإذاعة: دراسة DIETZ، سابق الإشارة إليها، رقم ٤٠ ص ٢٠ ويطلق سيادته على عملية الاختيار هذه عملية التسوق" مشبها القوانين المعنية بالسلع فى المحال التجارية (تسمى هذه العملية بالإنجليزية Country shopping).

(٢) انظر هامش رقم ٩٩ .

(٣) تقرير لجنة عام ١٩٨٥ رقم ٢٩ ص ١٦٢ وما بعدها .

لـــنطقة معينة من استقبال مصنفه ؛ لأن حياة المؤلف فى انتشار مصنفاته . والأمر الغالب ، أن يكون الـــرفض مرده الحرص على المستقبل الاقتصادى للمصنف فلا يرخص ببثه عبر التوابع الصناعية قبل أن يعرض على الجمهور العريض فى المسارح أو فى دور العرض . أضف إلى ذلك ، أن هذا الرفض لا تنفرد بـــه وسيلة البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية وإنما ينطبق على سائر صور الاستغلال . فهل يمكن أن نـــناقش هذا الحق التقديرى للمؤلف بغير لجوء إلى وسيلة استثنائية وهى الرخص بنوعيها : الإجبارى والقانونـــى !

الرأى الحق فيما نرى ، يكمن فى احترام حقوق المؤلف وسلطته التقديرية المستمدة من هذه الحقوق فى تقديـــر نشـــر مصنفه من عدم نشره[1]، والاستعانة بالإدارة الجماعية لحقوق المؤلف[2] للتغلب على المشكلات المترتبة على الصعوبات العملية التى قد تعترض عملية استصدار ترخيص جماعى شامل لكل الـــدول المعنـــية الـــتى يغطيها الإرسال ، وذلك على غرار هيئات تحصيل حقوق الأداء العلنى والطبع الميكانـــيكى لمصنفات أعضائها[3]. ولن يغنى هذا الترخيص بأى حال من الأحوال عن ضرورة احترام حـــق المؤلـــف فى حظر بث مصنفاته فى دولة معينة إذا تراءى له ذلك، وكان ما يراه خاليًا من شبهة التعسف . وحتى يتم ذلك يجب استصدار ترخيص بالإذاعة من كل دولة معنية بعملية البث والاستقبال بالرغم مما فى ذلك من مشقة على طالب التراخيص ؛ لأن احترام القانون واجب مهما كان الثمن وفقا للقاعدة الرومانية الشهيرة القائلة : بأن قسوة القانون لا تمنع من وجوب إعماله (قاعدة Dura lex, sed lex)

يبقى لنا تساؤل أخير ، يتعلق بمعيار تحديد منطقة الاستقبال الواجب سداد حقوق المؤلف عنها ؟

---

(١) فـــإذا كان المصنف محميا فى دولة وغير محمى فى دولة أخرى مستقبلة للبث الإذاعى بالتوابع الصناعية لزم الحصول عـــلى إذن المؤلف ، كما أن تلوين الأقلام السينمائية القديمة إذا كان معدا فى إحدى دول الاستقبال ماساً بالحقوق الأدبية لأصحاب الفيـــلم السينمائى نظرا لتعلـــقه بالتراث السينمائى الذى يتعين تركه أبيض وأســـود كما أراد له أصحابه بداية، فيمتنع بثه عبر التوابع الصناعية: انظر فى ذلك DIETZ، الدراسة السابقة، رقم ٣٦ ص ١٨ .

(٢) انظر فى هذا الموضوع، رسالتنا سالفة الذكر (الباب الثانى) .

(٣) انظـــر فى جدوى الإدارة الجماعية : تقرير لجنة عام ١٩٨٦، السابق الإشارة إليه رقم ٩٦ ص ١٩٩ وهذا ما أبداه FREEGARD فى مقالـــه السابق ص 129 وكذلك DILLENZ، المقال السابق، ص٣٤٩ وأخيرا DIETZ، الدراسة السابقة رقم ٣٨ ص ١٩ .

المبحث الخامس

معيار تحديد منطقة الاستقبال الواجب سداد حقوق المؤلف عنها "معايير ثلاثة"

ظهـــرت عـــدة معايير فى الفقه لتحديد هذه المنطقة ، نظرا لأهمية ذلك فى تحديد القانون الواجب التطبيق على الإرسال كما رأينا، وذلك لبيان قيمة الجعل المالى المستحق لصالح المؤلفين . وقد قدمنا أن ضـــيق مـــنطقة الاستقبال وعدم أهمية حجمها يستبعد بالضرورة قانون الدولة الذى يحكمها من بين القوانين الأخرى المرشحة لحكم النـــزاع[1].

والمعايير المقترحة فى هذا الشأن هى : معيار المنطقة المستهدفة بالإرسال، ومعيار الجمهور الفعلى، ومعيار أجهزة الاستقبال . وتتعلق هذه المعايير كلها بالتوابع الصناعية للبث الإذاعى المباشر، أما توابع البث الإذاعى غير المباشر فلا تنطبق عليها - بوجه عام- هذه المعايير وإنما يخضع الإرسال من خلالها لما يخضع له البث الإذاعى الهرتزلى العادى[2] وكل ما هنالك ، هو أن تحل محطة الاستقبال الأرضية القائمة بالتوزيع محل هيئة الإذاعة التقليدية. وندرس هنا هذه المعايير المختلفة حتى نتخير من بينها معياراً نرتضيه:

المعيار الأول : معيار المنطقة المستهدفة بالإرسال (Deservic Zone):

تختلف هذه المنطقة فى نظر صاحب هذا المعيار[3] بحسب طبيعة الهيئة القائمة بالبث الإذاعى هل هى هيئة عامة أو هيئة خاصة على النحو الآتى :

* هيئات الإذاعة العامة : تتحدد المنطقة المستهدفة بإرسالها بنص القانون، فيتكفل المشرع بتحديد هذه المنطقة بعناية .

* هيئات الإذاعة الخاصة : تتحدد المنطقة المستهدف بإرسالها بالنظام الأساسى لها، ومن المعروف أن هذه المنطقة تختلف بحسب نوع البرامج ومضمونها ولغتها وكذلك بعائداتها الإعلانية .

---

(١) انظر هامش رقم ١٠٨ .

(٢) ولا يـــنال ذلك من وجاهة ما قال به DILLENZ من أن مثل من يقيس الإذاعة بالتوابع الصناعية على الإذاعة بالوســـائل التقلـــيدية هو من يقول عن الجمل أنه حصان ممشوق الرقبة وله سنامان على ظهره على الرغم من أن الجمل جمل والحصان حصان (مقالة السابق ص ٣٤٦) . فما قلناه فى المتن مقصود به اتفاق الجمل والحصان أو البث عبر التوابع الصناعية والبث الهرتزلى التقليدى فى الحكم وليس فى الصفات.

(٣) HERMANN, Emissions de radio et de télévision débordant les frontières au du marché commun, Revue de L.U.E.R. 1985 (Vol. 36 no. 1) p. 25

ولم يقدر لهذا المعيار الســيادة فى الفقه، فقد أخذ عليه إغفاله للحالات التى يمتد فيها الإرســال إلى مناطق غير مقصودة بداية نتيجة أســباب تقنية غير ممكن دفعهــا أو تفاديها[1].

المعيار الثانى : معيار الجمهور الفعلى (Reel Public) [2]

تــتحدد منطقة الاستقبال وفقا لهذا المعيار بالمنطقة الحقيقية للاستقبال وهى المنطقة التى يتلقى فيها الجمهــور الإرسال حقيقة وفعلا . ويستعين صاحب هذا المعيار بعدة أفكار احتياطية فى سبيل التحديد الأمثل لهذه المنطقة وهى : تصريحات وإعلانات هيئة الإذاعة الأصلية من حيث عدد المستقبلين والمعلنين وجنسيتهم ومضمون البرامج ولغة الإرسال .وأخذ على هذا المعيار أنه لا يستهدف حل مشكلة تحديد القــانون (أو القوانين) واجب (أو واجبة) التطبيق على هذا الإرسال بقدر ما يحرص على تقديم معيار محدد لكيفية احتساب الجعل المالى المستحق للمؤلفين . كما أخذ عليه أنه يكيل بمكيالين، فكيف يقبل أن يــرفض المعلــنون سداد جعائل مالية نظير حقوق إعلان عن دول لا يرغبون فى الإعــلان فيها ، وتصــــلها إعلاناتهم الدعائية نتيجة أســباب تقنية لا دخل للهيئة القائمة بالبث الإذاعى فيها، ويجبر الهيئة الأخيرة على سداد حقوق المؤلف عن استقبال إرسالها فى هذه الدول؟ [3].

المعيار الثالث : معيار "الهوائيات" (Antennae):

يــرمى أصــحاب هذا المعيار[4] إلى فرض جعل مالى محدد على كل "هوائى" استقبال - أسوة بما يجــرى عليه العمل فى دول كثيرة بشأن الأشرطة الخام للفونوجرام والفيديوجرام[5] - يوجه عائده إلى المؤلفين .

---

(١) انظر هامش رقم ١٣٥ وكذلك FABIANI, op. cit. p. 20

(٢) انظر فى تأييد هذا المعيار مقال DILLENZ , السابق الإشارة إليه ، ص ٣٥٠ و ٣٥١ وما بعدهما .

(٣) انظر فى هذا المعنى : تقرير عام ١٩٨٥ رقم ٣٢ ص ١٦٢ .

(٤) GROSBY et TEPMPEST. Satellitologie droit d'auteur, publicité. Morale publique et satellites en droit communautaire. Revue de L.U.E.R . 1983. (Vol. 34, no. 3). P. 33.

(٥) انظــر مقالنا السابق فى تأجير الفونوجرام والفيديوجرام وحق المؤلف ص ١٣٥ . ويلاحظ أن القانون الفرنسى قد أخــذ بهذا المبدأ (مادة ٣١) ففرض مبلغاً ماليًا معيناً على الشرائط المستخدمة فى التسجيلات الخاصة يحتسب على أســاس سعة الشريط ونوعيته ويسدده المنتج أو المستورد المسوق للشرائط (المادتان ٣٢ ، ٣٣) على أن يتم توزيع هذه العائدات وفقا لقواعد معينة (المواد ٣٤ : ٣٧) .

وقد أخذ على هذا المعيار[1] مآخذ ثلاثة هى[2] :

١- طـــول العمر الحقيقى لهذه "الهوائيات" ، فهذا العمر أطول من أن يمكن المؤلفين من الحصول على جعل مالى عادل ، لأن هذا العمر سيكون أطول من العمر الافتراضى المتصور .

٢- عدم خضوع الاستقبال الخاص لسداد حقوق المؤلف، لأن القول بسداد المستقبل لهذه المبالغ يهدم المبادئ المتعارف عليها فى مجال حق المؤلف .

٣- اختلاف الملتزم بالسداد، فالملتزم بسداد هذا الجعل المالى بالنسبة للفونوجرام والفيديوجرامات هو منتج الأشرطة أو مستوردها المروج لها وليس العميل .

والرأى عندنا ، هو ترجيح المعيار الثانى ، وحساب حقوق المؤلف واجبة السداد على أساسه[3] . ونحـــن بذلك ننضم إلى صاحب هذا المعيار فى القول بأن معياره سيحدد مع نظرية "بوجش" مستقبل البـــث الإذاعى عبر التوابع الصناعية[4]. فيعد هذا المعيار أفضل المعايير الفقهية المطروحة . والدليل على ذلـــك هو أن خصوم هذا المعيار لم ينكروا جدواه بشأن الحقوق الصغيرة - أى الحقوق الموسيقية[5] - الـــتى تقوم هيئات مهنية متخصصة بإدارتها وتحصيل عائدها المالى عن طريق اتفاقات متبادلة للتحصيل على أساس المعاملة بالمثل ، فيما بينها[6] .

---

(١) انظـــر مع ذلك ما قاله NABHAN من أن هذه الفكرة يمكن أن تجد الطريق إلى التنفيذ ولكن الوقت لم يحن بعد لها: المقال السابق الإشارة إليه ص ٥٩ .

(٢) انظر المقالات السابقة لكل من : DILLENZ ص٣٥٠ و ,FREEGARD ص ١٢٩ وFABIA , ص ٢١ وكذلك NABHAN ص ٤٣ .

(٣) ونحـــن بذلك ننضم إلى كل منKEREVER (المقال السابق ص ٥٧)و FREEGARD (المقال السابق ص ١٠٥- ١٠٦ ونحن مع الأخير أيضاً فى القول بأن من النادر أن يكون عدد أفراد الجمهور الفعلى هو العنصر الوحيد لتحديد الجعل المادى المستحق للمؤلف ذمة هيئة الإذاعة .

(٤) انظر مقال ,DILLENZ سابق الإشارة إليه ، ص ٣٥١ .

(٥) سيســـتخدم مصطلح الحقوق الكبيرة Grand droits/ Big rights بالمقابلة لمصطلح الحقوق الصغيرة Petits droits / Small rights فـــيدل الأول عـــلى حقوق مؤلفى الدراما ويدل الثانى على حقـــوق مؤلفى الموسيقى وكلمات الأغانى: انظر فى استعمال المصطلح الثانى، تقرير مقرر عام مؤتمر بروكسل لتعديل اتفاقية برن عام ١٩٤٨ أعمال المؤتمر سابق الإشارة إليها، ص٢٦٦ .

(٦) انظر فى ذلك رسالتنا سابق الإشارة إليها (الطبعة العربية) ص ٢٠٥ وما بعدها .

ويلاحظ أن وصول الإرسال إلى مناطق غير مرغوب فيها من جانب هيئة الإذاعة الأصلية لن يمـــنع مـــن عقد مسئولية هذه الهيئة الأخيرة عنه مع اعترافنا بقصور المعيار التقنى عن تفادى هذا الاســـتقبال غـــير المستهدف[1] . فتقع على كاهل الهيئة القائمة بالإذاعة مسئولية هذا الاستقبال الأخـــير الذى يعد نتيجة لقيامها بالبث الإذاعى[2]. وعلى أية حال فإن هذه الهيئات تحصل عادة من المؤلفين على تراخيص بإذاعة المصنف ينص فيها على استبعاد مناطق الاستقبال غير المقصودة مـــن الحسبان عند تقدير الجعل المستحق للمؤلف[3]. والأمر كله مرده إلى التفاوض الحر المباشر بين كل من الطرفين[4] أو من يمثلهما [5] .

---

(١) انظر هامش رقم (١٠٩) .

(٢) نشـــير هنا إلى المواد ٩-٢٣ من اللائحة الدولية للاتصالات الصادرة عام ١٩٦٧ والتى تجعل مسئولية السيطرة على مجـــال البث الإذاعى ومنع الاستقبال المباشر لهذا البث على عاتق الحكومات وليس هيئات الإذاعة : ملاحظة أبداها مـــندوب لمنظمة غير حكومية فى اجتماع باريس عام ١٩٨٧ (انظر تقرير هذا الاجتماع ، سابق الإشارة إليه، رقم ٥٨ ص ٢٠٣) .

(٣) انظر هامش رقم ١٠٩ .

(٤) انظر فى التأكيد على دور العقد فى هذا الشأن المقالات السابقة الإشارة إليها لكل من : KEREVER (P. 65), NABHAN (P. 59), DILLENZ (P. 67), FABIANI (pp. 25-26) et FREEGARD (p.129).

(٥) وقـــد رفضت مجموعة العمل التى شكلها الاتحاد الكونفدرالى الدولى لشركات (هيئات) المؤلفين والملحنين (ويسمى بالعربية سيزاك وبالفرنسية C.I.S.A.C. اختصارا للتسمية الآتية : Confederation Internationale des Societés D Auteurs.) تعديل العقـــد النموذجى لـــه بشأن استغلال المصنفات الفكرية على أساس أن نوعى التوابع الصناعية المستخدمة حتى الآن مازالت فى مرحلة التطـــور و لم تثبت على تعريف واحد (انظر اجتماع لندن ٢٥-٢٦ أكتوبر/تشرين أول ١٩٨٤ (BE/CA/ 85/124, Mars 985) وقد انتهى المجتمعون إلى عدة مبادئ استرشادية فى هذا الشأن اعتمدها مجلس إدارة الاتحاد عند اجتماعه فى باريس فى الفترة ما بين ١٤-١٥ مارس/آذار ســـنة ١٩٨٥ . وبصورة عامة انتهوا إلى اختصاص الهيئة المهنية للمؤلفين لبلد التوزيع السلكى (توابع البث الإذاعى بسلك) أو بلد الحقن (توابع البث الإذاعى المباشر) حسب الأحوال .

خاتمـــة

إذا انتهينا إلى ذلك ، كان واضحا لنا أن البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية المباشرة وغير المباشرة – وهو نتيجة من نتائج الثورة التكنولوجية التى يعيشها العالم المعاصر – لا يجب أن يؤرق منام المؤلفين خشية فقدانهم السيطرة على حقوقهم المالية المتحصلة منه، فالحلول التى بسطناها تكفل لهم حماية فعالة لحقوقهم المالية والأدبية على السواء . وهذه الحماية وحدها هى التى تضمن لنا استمرارهم فى الإبداع والعطاء[1].

وإذا كانـــت نبوءتنا بـــ "أن استخدام التوابع الصناعية فى البث الإذاعى سيصبح يوماً ما – ليس بالبعيد – أمراً دارجاً نتيجة الثورة التى تعيشها وسائل الاتصالات المختلفة"[2] قد تحققت، فهذا يستدعى أن يظهـــر رجل القانون بمظهر المتفتح القادر على معالجة المشـــكلات التقنية الحديثة بعد أن يستوعبها بـــالقدر الذى يتيح له معالجتها من الوجهة القانونية . ولا ينال من علم رجل القانون أن ينادى بحلول جديـــدة غـــير مســـبوقة إذا فشل فى اقتراح حلول للمشكلات المعروضة عليه وفقاً للمبادئ التقليدية للقانون. وإن كان هذا الفشل لا يجب أن يقاس بمعيار شخصى بل بمعيار موضوعى، وهنا تتجلى أهمية المؤتمرات الدولية واللقاءات الثقافية بين رجال القانون . فهذا الأسلوب وحده هو الذى يضمن لنا ألا ينســـب إلى رجـــال القانون أنهم من سكان الأبراج العاجية الذين ينظرون إلى المشكلات الاجتماعية الدارجة نظرة المستعلى . فرجل القانون الحق هو من يستمع إلى الآراء المختلفة ولا يتخذ منها موقفا ، خصوصاً إذا كانت تقنية الطابع، إلا بعد أن يستوعب مشكلاتها وتفاصيلها ودقائقها بسؤال أهل العلم والخبرة .

ومن هذا المنطلق ، تصدينا لمشكلات البث الإذاعى عبر التوابع الصناعية ، واقترحنا لها الحلول بعد أن بحثنا فى كل ما وصلنا إليه من دراسات فى هذا الشأن ، راجين أن نكون بذلك قد وفقنا فى محاولة تطويع القانون بنصوصه الحالية لفروض جديدة لم تكن فى الحسبان عند وضعه بداية .

---

(١) الطبعة الأولى من هـــذا البحث بعنوان (البث الإذاعى عبر التوابع الصـــناعية وحقوق المؤلف، القاهرة عام ١٩٩١ ص ٣٩ .

(٢) انظـــر فى تعداد الفوائد المترتبة على تشجيع الاتصالات تقرير منظمة اليونسكو بعنوان الحق فى الاتصال: تقرير عن الوضع الحالى ،رقم ٩٤ وهـــو تقرير من وضع الأستاذ ديزموندفيسر الذى ترجمه إلى العـــربية الأستاذ محمد فتحى عـــام ١٩٨٤ ونشير فى عجز هذا التقرير إلى التقرير النهائى لفريق دراسة الحق فى الاتصال (لندن ٥:٣ مارس/آذار عـــام ١٩٨٠) وهو التقرير الذى تضمن إشارة إلى الارتباط الوثيق بين الحق فى الاتصال والمطالبة بنظام دولى جديد للإعـــلام . وانظر فى الموازنة بين الحق فى الإعلام والسيادة الوطنية ولاسيما فى مواجهة توابع البث الإذاعى المباشر .(MATTE, op. cit. pp. 194: 198.)

تأثير مشاهدة الجمهور المصـرى للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال

أ.د. سلوى إمام على(*)

موضوع الدراسة :

تهـتم هـــذه الدراســـة بتأثير مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية على حجم التعرض لوسائل الاتصال الوطنية : (الصحف - الراديو - التليفزيون - الفيديو - السينما - المسرح) .

الهدف من الدراسة :

١ - تعرف نوع القنوات الفضائية التى يفضل الجمهور المصرى - عينة الدراسة - مشاهدتها .

٢ - تعـــرف المـــواد التى يفضل الجمهورى المصرى - عينة الدراسة - مشاهدتها فى القنوات الفضائية العربية والأجنبية .

٣ - تعـــرف تـــأثير مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية على حجم التعرض لوسائل الاتصال الوطنية على النحو التالى :

- قراءة الصحف .
- الاستماع إلى الراديو .
- مشاهدة التليفزيون .
- الذهاب إلى السينما .
- الذهاب إلى المسرح .

(*) أستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

مقـــدمة :

يعتـــبر البث التليفزيونى عبر الأقمار الصناعية ظاهرة إعلامية مهمة، حيث يشهد العالم الآن ثورة هائلـــة فى مجال نقل المعلومات والاتصالات. ويعتبر التطور التكنولوجى سمة أساسية للبيئة الاتصالية فى العصر الحديث، وفى ظل هذا التقدم التكنولوجى تضاعف عدد القنوات الفضائية بظهور التقنية الرقمية حيـــث أصـــبح فى الإمكان بث أعداد كبيرة من القنوات التليفزيونية. وفى عصر تكنولوجيا الاتصال الفضائى – الذى شهد تغيرات كبيرة فى مجال الإعلام – برزت إلى الوجود فكرة القنوات التليفزيونية المتخصصة.

ومن هذا المنطلق أصبحت القنوات الفضائية متاحة بدرجة كبيرة أمام المشاهدين، حيث أصبح فى مقدورهـــم مشاهدة الأحداث المختلفة فور وقوعها سواء كانت سياسية أم ثقافية أم أدبية أم علمية أم رياضية. وأصبح المتلقى هو الذى يحدد درجة اعتماده على القنوات المختلفة المفضلة لديه ، خاصة مع تعـــدد القنوات التليفزيونية الفضائية العربية والأجنبية التى أصبحت تتنافس بدرجة كبيرة فى الاستحواز على اهتمام جمهور المشاهدين. وتعتبر القنوات الفضائية حقيقة واقعة ومؤثرة فى حياة المشاهدين . ومن، ثم لم يعد فى الإمكان تجاهلها لما لها من عديد من الآثار على مشاهديها ؛ خاصة فى ظل ازدحام خريطة البـــث التلـــيفزيونى بكم هائل من القنوات الفضائية التى تتنوع برامجها من حيث الشكل والمضمون ، وتتعدد أيضاً ساعات إرسالها ونوعية جمهورها. وفى ظل ثورة الاتصالات أصبح من حق الفرد أن يعلم ويقارن ويحلل ويختار القنوات والمواد التى تشبع احتياجاته.

وتعـــد جمهورية مصر العربية من الدول التى تأثرت بظاهرة البث التليفزيونى عبر الأقمار الصناعية حيث إن أطباق الاستقبال الفضائى أصبحت متواجدة فى معظم محافظات الجمهورية ليس فقط فى المدن الكبيرة بل فى المناطق الريفية أيضا. وفى عصرنا الحديث ، ومع تطور قوة الأقمار الصناعية باستمرار فى مجـــال الإرسال والاستقبال أصبحت القنوات الفضائية حقيقة لا يمكن تجاهلها على الرغم من احتدام الـــنقاش حول آثارها ، واختلاف الآراء وانقسامها بين معارض للغزو الثقافى من خلال هذه القنوات، خوفـــاً عـــلى الهوية الوطنية ومؤيدًا للانفتاح الثقافى على العالم. وعلى أية حال فإن القنوات الفضائية أخـــذت تزاحم وسائل الاتصال الأخرى وتأخذ منها جمهورها ، وقد أسفر عن ذلك تأثير سلبى على معـــدلات القراءة والاستماع والمشاهدة لوسائل الاتصال الوطنية ، نتيجة لأساليب الجذب والتشويق والجرأة والإثارة فى شكل ومضمون ما يقدم عبر هذه القنوات الفضائية العربية والأجنبية ، سواء كانت

قـــنوات عامـــة أم متخصصة مفتوحة أم مشفرة. وفى ضوء هذه المنافسة الشديدة بين هذه القنوات فى الاستحواز على اهتمام المشاهدين ، وفى ضوء اهتمام الباحثين بدراسة تأثيرات وسائل الاتصال - التى تظهـــر وتنتشـــر بســـرعة - على الجمهور تبرز أهمية دراسة تأثير مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضـــائية عـــلى التعامل مع وسائل الاتصال الوطنية، حتى يمكننا أن نتعرف تأثير استخدام الجمهور المصرى للقنوات الفضائية على علاقته بوسائل الاتصال الأخرى.

الدراسات السابقة:

سنعرض فيما يلى لمجموعة من الدراسات السابقة ، والتى تم تقسيمها إلى محورين:

المحور الأول:

دراسات تناولت علاقة الجمهور بالقنوات الفضائية:

*** دراسة عن : جمهور القناة الفضائية المصرية فى دولة الكويت - (الشراح الشال، ١٩٩٣)[١]:**

العينة : تم تطبيق هذه الدراسة على ٤٨ مصريًا و١٢ كويتيًا.

أهـــم النتائج: أوضحت هذه الدراسة أن بعض المبحوثين قد سمعوا عن القناة الفضائية المصرية من أكـــثر من مصدر ، تتقدمها المصادر المصرية ثم المصادر الكويتية، وأظهر البحث أيضا أن هناك مداومة على متابعة القناة الفضائية المصرية طوال أيام الأسبوع وخصوصاً بالنسبة للفترة المسائية.

*** دراسة عن : اتجاهات المشاهدين المتحدثين بالفرنسية نحو القناة الفرنسية الدولية (سوزان القلينى، ١٩٩٣)[٢]:**

العينة: تم تطبيق الدراسة على عينة من المتحدثين باللغة الفرنسية.

أهم النتائج: أوضحت الدراسة استخدامات الجمهور والإشباعات المتحققة فى هذا الاستخدام.

*** دراسة عن : جمهور القنوات الفضائية فى مصر (إنشراح الشال، ١٩٩٤)[٣]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على ١٧٣ مفردة من مشاهدى القنوات الفضائية فى مصر.

أهم النتائج: أظهرت هذه الدراسة المواد التى يقبل الجمهور على مشاهدتها فى القنوات الفضائية، كمـــا أوضـــحت الـــبرامج التى يتم تسجيلها من الهوائى . وأشارت إلى خطورة البرامج الوافدة على الأطفال، والشباب.

*** دراســـة عـــن : استطلاع رأى أبناء الجالية المصرية بسلطنة عمان حول القناة الفضائية المصرية (عاطف العبد، ١٩٩٥)[٤]:**

العينة: تم تطبيق الدراسة على أبناء الجالية المصرية بسلطنة عمان.

أهـــم النتائج: أوضحت الدراسة أهم المواد التى يقبل المشاهد على متابعتها، وتأثير مشاهدة هذه القناة على عادة قراءة الصحف والمجلات والاستماع إلى الراديو ومشاهدة الفيديو.

*** دراســـة عن : عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية لطلبة وطالبات قسم الإعلام – بجامعة الإمارات العربية المتحدة (عاطف العبد ، وفوزية العلى ، ١٩٩٥)[٥]:**

العينة: تم تطبيق الدراسة على طلبة وطالبات قسم الإعلام بدولة الإمارات.

أهم النتائج: أوضحت الدراسة أهم المواد التى يقبل الجمهور على مشاهدتها، كذلك أوضحت أهم القنوات التى يفضلونها.

*** دراســـة عـــن : استخدامات الجمهور فى مصر للشبكة الإخبارية CNE دراسة ميدانية (هبة شاهين، ١٩٩٥)[٦]:**

العينة: تم تطبيق الدراسة على عينة من المشتركين فى شبكة الـــ CNE.

أهـــم النتائج: أوضحت هذه الدراسة تعدد أسباب الاشتراك فى خدمات شركة الأخبار المصرية، كذلـــك أوضحت أهم المواد التى يفضل الجمهور مشاهدتها ، وكذلك أهم القنوات التى يقبلون على مشاهدتها.

*** دراســـة عـــن : دوافع استخدامات المرأة المصرية لقنوات التليفزيون الدولية وإشباعاتها (أمانى فهمى، ١٩٩٧)[٧]:**

العينة: تم تطبيق الدراسة على الإناث الراشدين من سن ٢٠ سنة فأعلى من الجمهور المصرى.

أهـــم النـــتائج: أوضحت الدراسة أن هناك علاقة بين التعرض الانتقائى للمرأة المصرية لقنوات التليفزيون الدولية ، ودوافع استخدام هذه القنوات والإشباعات التى تتحقق منها.

* **دراســـة عن : استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها (جيهان يسرى، ١٩٩٨)[٨]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على مجتمع الشــباب (ذكور وإناث) من سن ١٥ حتى ٣٠ ســنة (١٠٠ مفردة).

أهــم النــتائج: أوضــحت الدراسة أن الشباب يتعرضون للقنوات الفضائية بشكل دائم، وأنهم يشــاهدون القــنوات الفضائية بشكل يومى تقريباً، وأن هذه القنوات قد احتلت المرتبة الأولى لدى الشباب فى اللجوء إليها بهدف التسلية.

* **دراسة عن : استخدامات الجمهور العربى للقنوات الفضائية العربية والأجنبية (سوزان القلينى، ١٩٩٩)[٩]:**

العينة: تم تطبيق الدراسة على ١٨٠ مفردة تم اختيارها من ثلاث دول عربية هى : مصر والمغرب والسعودية بواقع ٦٠ مفردة لكل دولة.

أهم النتائج:

- ارتفاع نسبة تفضيل الفضائيات الأجنبية عن العربية لدى الجمهور العربى.
- جــاءت أكبر نسبة تفضيل مشاهدة للفضائيات العربية من الجمهور السعودى، بينما ارتفعت نسبة تفضيل الفضائيات الأجنبية عن العربية بين المغاربة والمصريين.
- جاء أهم سببين لتفضيل الفضائيات الأجنبية لدى عينة الدراسة : احترام عقلية المشاهد ، وأن موادها تجمع بين الإفادة والمتعة.

* **دراســـة عــــن : علاقة طالبات كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز بالدش (انشراح الشال، ٢٠٠٠)[١٠]:**

العيــــنة: تم تطبيق هذه الدراسة على الطالبات ممن يدرسون مادة مقدمة فى الاتصال وبلغ حجم العينة ٢٤٠ مفردة.

أهم النتائج: أوضحت الدراسة أهم القنوات التى يقبل الجمهور على مشاهدتها ، كذلك أوضحت تأثير التعامل مع الإنترنت على مشاهدة الدش.

* **دراسة عن وسائل الإعلام ووقت الفراغ (انشراح الشال، ٢٠٠٠)(١١):**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على ١١٥٧ مفردة من الذكور والإناث الذين يبلغون من العمر ١٨ ســـنة فأكثر من سكان المنطقة الغربية بالمملكة العربية السعودية من مدينة جدة ومن مدن أخرى ومن قرى مجاورة.

أهم النتائج:

- اهـــتمام عينة الدراسة بمشاهدة القنوات الفضائية العربية بنسبة ٧٤,٦%، فى مقابل بقية الأفراد ممن يشاهدون القنوات الأجنبية ، وخاصة باللغة الإنجليزية والفرنسية والهندية.
- تعتـــبر الأخـــبار من أهم المواد التي يبحث عنها المشاهد ، ثم تأتى بعد ذلك المادة الدرامية من أفلام ومسلسلات.
- تأثرت مشاهدة التليفزيون والفيديو بإقبال الجمهور عينة الدراسة على مشاهدة القنوات الفضائية.

* **دراســـة عـــن : مشاهدة القنوات الفضائية فى إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات (حنان كيلانى، ٢٠٠٠)(١٢):**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على ٥٠١ من المصريين ملاك الدش فى مدينة القاهرة الكبرى.

أهـــم النتائج: أوضحت هذه الدراسة درجة مشاهدة الجمهور لهذه القنوات والبرامج والمواد التى يقبلون على مشاهدتها أكثر من غيرها.

* **دراسة عن : أنماط مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية (سلوى إمام، ٢٠٠١)(١٣):**

العيـــنة: تم تطبـــيق هـــذه الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة ، ممن يملكون الدش فى محافظتى القاهرة والجيزة.

أهم النتائج:

- تحظـــى بعض القنوات الفضائية العربية بنسبة مشاهدة عالية مثل تليفزيون الشرق الأوسط MBC والقـــناة الفضائية المصرية وراديو وتليفزيون العرب ART والقناة الفضائية اللبنانية LBC وقناة الجزيرة القطرية وقناة المستقبل اللبنانية.
- أن القنوات والشبكات الإخبارية تحظى بنسبة مشاهدة عالية من قبل جمهور القنوات الفضائية العربية والأجنبية على السواء.

- تعتبر الأفلام والمواد الإخبارية والأغاني والمنوعات من أهم المواد التي احتلت المراكز الأولى من حيث نسب المشاهدة.

* **دراسة عن : استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية (هبة شاهين، ٢٠٠١)[١٤]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة من الجمهور المصرى قوامها ٤٠٠ مفردة ، فى إطار محافظة القاهرة الكبرى (القاهرة، الجيزة، القليوبية).

أهم النتائج:

- يـــرتفع معدل أولوية تعرض المبحوثين للقنوات العربية بنسبة ٣١% من المبحوثين مقابل ١٠,٢% للتليفزيون المصرى و ٨,٥% للقنوات الأجنبية.
- تؤثـــر مشـــــاهدة القـــنوات الفضائية العربية على مشاهدة التليفزيون المصرى لدى ٨٩,٦% من المبحوثين ، ولكن هذا التأثير لم يلغ مشاهدة قنوات التليفزيون الوطنية.

* **دراسة عن : استخدامات المرأة العمانية لوسائل الإعلام (عائشـــة الغابشي، ٢٠٠٢)[١٥]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من النساء العمانيات.

أهم النتائج:

- يفضل المبحوثون مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية مثل قناة MBC والجزيرة وأبوظبى ودبى والكويت والفضائية المصرية والقناة اللبنانية LBC وقناة اقرأ والبحرين والشارقة.
- تحقق مشاهدة القنوات الفضائية بعض الإشباعات للمبحوثين مثل معرفة الأخبار والأحداث العمانية والخليجية والعالمية.

* **دراســـة عـــن : العلاقـــة بين الاعتماد على القنوات الفضائية ومستويات المعرفة (محمد الفقيه، ٢٠٠٢)[١٦]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على مشاهدى القنوات الفضائية الذين لديهم أجهزة استقبال البث التليفزيونى عبر الأقمار الصناعية ، والذين تتراوح أعمارهم من ٢٠ سنة فأكثر ، وقد بلغ عددهم ٤٦٢ مفردة.

أهم النتائج:

- ارتفاع معدل مشاهدة القنوات الفضائية بين أفراد العينة.
- جاء ترتيب المبحوثين للقنوات الفضائية التى يعتمدون عليها فى اكتساب المعرفة بالشئون العامة بشكل عـــام عـــلى الترتيـــب التالي: الجزيرة، MBC، الفضائية اليمنية، LBC، أبو ظبى الفضائية، دبى الفضائية، المصرية الفضائية، CNN، المستقبل، الشارقة.

* **دراســة عن : استخدامات المراهقـــين للقنوات الفضـــائية (مصطفى حمدى، ٢٠٠٢)(١٧):**

العيـــنة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين فى المرحلة العمرية من ١٥ إلى ٢١ ســـنة ، وتشمل مرحلتى : المراهقة المتوسطة والمتأخرة ممن يمتلكون أطباقاً لالتقاط القنوات الفضائية.

أهم النتائج:

- تعتبر مشاهدة برامج المنوعات والأغانى من أول الأسباب التى دعت الأفراد – عينة الدراسة – لشراء الدش ، وكان ذلك بنسبة ٧٢,٨%.
- من إيجابيات مشاهدة القنوات الفضائية من وجهة نظر الأفراد – عينة الدراسة– تعريفهم بما يحدث فى العالم وقضاء وقت الفراغ وتوسيع مداركهم وتفتيح أذهانهم.

* **دراسة عن : فعالية برامج قناة النيل التعليمية المتخصصة (هـــناء أبو اليزيد، ٢٠٠٣)(١٨):**

العيـــنة: تم تطبـــيق هـــذه الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من تلاميذ شهادة إتمام التعليم الأساسى فى الريف والحضر.

أهم النتائج:

- يشاهد قناة التعليم الإعدادى ٩٥,٥% من الأفراد عينة الدراسة.
- يشـــاهد التلامـــيذ – عينة الدراسة – قناة التعليم الإعدادى ، إما بالمنازل أو فى المدارس (فى قاعة الوسائط المتعددة) أو فى المكتبة.

* **دراسة عن : علاقة الطفل المصرى بوســـائل الاتصال الإلكترونية (صفا فوزى، ٢٠٠٣)(١٩):**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على الأطفال المصريين ما بين ١٢–١٨ سنة.

أهم النتائج:

- يتمتع الطفل المصرى ببيئة اتصالية ثرية ومتنوعة ، شملت وسائل الاتصال التقليدية والحديثة.
- احـــتل التليفزيون المرتبة الأولى بين وسائل الاتصال الإلكترونية موضع الدراسة من حيث معدلات استخدام الأطفال لـــه ، بينما جاءت القنوات الفضائية فى المرتبة الأخيرة.

* **دراسة عن : علاقة الطفل المصـــرى بالقنوات الفضائية العـــربية (هى العبد ، ٢٠٠٣)[٢٠]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قوامها ٤٨٠ مفردة من الأطفال ، فى نهاية مرحلة الطفولة المتأخرة.

أهم النتائج:

- يشاهد جميع المبحوثين – عينة الدراسة – القنوات الفضائية.
- أهم أسباب تفضيل الأطفال عينة الدراسة مشاهدة القنوات الفضائية العربية العامة خلال فترة معينة هي: فترة راحة من المذاكرة وتقديم برامج مفضلة عند الأطفال خلال هذه الفترة ، وأنها فترة مناسبة للمشاهدة الجماعية حيث تجتمع الأسرة.
- يشاهد الأطفال – عينة الدراسة – قنوات الأطفال العربية والأجنبية المتخصصة.

* **دراسة عن : اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة فى مصر (خالد صلاح الدين، ٢٠٠٣)[٢١]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على ٣٠٠ مفردة من الجمهور العام، و١٥٠ مفردة من الإعلاميين.

أهم النتائج:

- أن دوافع تعرض الجمهور العام للقنوات الفضائية الخاصة تندرج تحت الدوافع الطقوسية ؛ حيث جاء دافع التسلية والترفيه فى المرتبة الأولى.
- جاءت الدوافع النفعية على رأس قائمة دوافع الإعلاميين فى التعرض للقنوات الخاصة، حيث يتعرض الإعلامـــيون لهـــذه القـــنوات بهدف الحصول على الرأى الآخر ، واستجلاء الرؤى المختلفة حول المشكلات المجتمعية.

المحـور الثانى :

دراسات تناولت استخدامات الجمهور للقنوات المحلية والدولية:

* **دراسة بعنوان استخدام الصـــفوة للراديو والتليفزيون المحـــلى والدولى (عادل عبد الغفـــار ، ١٩٩٥)[٢٢]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على مجتمع الصفوة المصرية فى المجالين : السياسى والفكرى فى إطار عينة قوامها ١٥٠ مفردة ، تم اختيارهم وفق معيار المنصب القيادى .

أهم النتائج:

- تـــرتفع نســـبة الاستماع إلى الراديو المحلى بشكل غير منتظم (أحياناً) لتصل إلى ٥٩,٣% فى مقابل ٤٠,٧% فقط إلى الراديو الدولى .
- يتضح أن التليفزيون المحلى يحظى بنسبة مشاهدة مرتفعة ٩٤,٧% وإن كانت النسبة الكبرى تشاهد التليفزيون بصفة غير منتظمة (أحياناً)، فى حين تقل نسبة المشاهدة لقنوات التليفزيون الدولى لتصل إلى ٢٨,٧% فقـــط ؛ لعـــدم وجود أطباق هوائية لاستقبال إرسال قنوات التليفزيون الدولى لمعظم الأفراد – عينة الدراسة.

* **دراســـة عن : اعتماد الصفوة المصـــرية على التليفزيون فى وقت الأزمات (ســـوزان القلينى ، ١٩٩٨)[٢٣]:**

العيـــنة: تم تطبـــيق هذه الدراسة على ١٢٥ مفردة ، تم اختيارها وفقاً للمنصب القيادى ، وقد أجريت على نوعين من الصفوة هما: الصفوة السياسية والصفوة الإعلامية.

أهم النتائج:

- تصدر التليفزيون الوطنى وسائل الاتصال الأخرى كأول مصدر للإعلام عن حادث الأقصر ؛ حيث جاءت الوسائل الإلكترونية (التليفزيون والراديو) فى المرتبتين : الأولى والثانية.
- برزت الإذاعة المصرية كأفضل مصدر غطى حادث الأقصر تلته شبكة CNN.

* **دراسة عن : تأثير التعرض للقنوات الفضائية على القنوات المركزية والإقليمية (محمد نبيل طلب، ١٩٩٨)[٢٤]:**

العيـــنة: تم تطبيق هذه الدراسة على ١٦٠ مفردة ، موزعة بالتساوى بين محافظتى : القاهرة والمنيا بين الفئات العمرية التى تتراوح بين ١٨ سنة إلى ٤٥ سنة فأكثر.

أهم النتائج:

- إن نسبة المشاهدة للقنوات الفضائية تفوق نسبة المشاهدة لقنوات التليفزيون المصرى ؛ حيث تبلغ فى الفضائية ٨٨,٨% مقابل ٨٣,١% لقنوات التليفزيون المصرى .
- يعتــبر تفضــيل مشاهدة القنوات الفضائية من أهم أسباب إعراض الأفراد عينة الدراسة عن مشاهدة قنوات التليفزيون المصرى بنسبة ٥٥,٦% من إجمالى الأسباب.

*** دراســـة عن : مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات (السيد بهنسى حسن، ٢٠٠٠)[٢٥]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات (القاهرة وطنطا والمنيا والإسكندرية).

أهم النتائج:

- جــاء التليفزيون المصرى ثم الصحف المصرية ثم الإذاعات المصرية على الترتيب ، فى مقدمة وسائل الإعلام التى يعتمد عليها الجمهور أثناء الأزمات.
- دارت أسباب الاعتماد حول هدفين أساسيين ، هما : الفهم والتوجيه، وقد جاءت أسباب الفهم فى ترتيب متقدم عن أسباب التوجيه ؛ حيث يهتم الجمهور أثناء الأزمات بفهم نفسه وبيئته.

*** دراسة عن : استخدامات القنوات التليفزيونية المحلية والدولية (عبدالرحمن الشامى، ٢٠٠٢)[٢٦]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة ممن يعيشون فى المدن اليمنية ، ويبلغون من العمر عشرين سنة فأكثر.

أهم النتائج:

- بلغ معدل التعرض لقنوات التليفزيون المحلية ٧٢,٨% مقابل ٨٥,٨% لقنوات التليفزيونية الدولية.
- اكتفاء المبحوثين بالتعرض للقنوات التليفزيونية الدولية ، وتدنى مستوى ما تقدمه القنوات التليفزيونية المحلية من أهم أسباب عدم تعرضهم للقنوات المحلية.

*** دراســـة عن : دور وسائل الإعلام المحلية والدولية فى تشكيل المعرفة لدى الجمهور (دينا أحمد عرابى، ٢٠٠٢)[٢٧]:**

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة ، من مستوى طلاب الجامعات فما فوق.

أهم النتائج:

- إن أكـــثر الوسائل التى يتعرض لها المبحوثون هى القنوات المحلية بنسبة ٨٧,٥% ثم الصحف المحلية بنسبة ٨٠,٣% يليها القنوات الفضائية بنسبة ٤٧,٥% وجاءت الصحف الدولية فى المرتبة الأخيرة بنسبة ٩,٨%.
- إن أفراد العينة يعتمدون فى المقام الأول على القنوات المحلية للحصول على الأخبار والمعلومات ، ثم تأتى الصحف المحلية فى المرتبة الثانية يليها القنوات الفضائية فالإذاعات المحلية ثم الإذاعات الدولية ، وأخيراً تأتى الصحف الدولية فى المرتبة السادسة.

التعليق على الدراسات السابقة:

وبعد استعراض الدراسات السابقة نلاحظ ما يلي:

١- هـــناك بعـــض الدراسات التى اهتمت بدراسة استخدام الجمهور المصرى للقنوات الفضائية وأنماط مشاهدته لها.

٢- هـــناك بعض الدراسات التى اهتمت بدراسة استخدام الجمهور العربى للقنوات الفضائية (فى الكويت وفى السعودية وفى الإمارات وفى اليمن وفى المغرب).

٣- هناك بعض الدراسات التى ركزت علاقة الجمهور النوعى بالقنوات الفضائية (المرأة والشباب والمراهقين والأطفال).

٤- هناك بعض الدراسات التى ركزت على علاقة الجمهور بالقنوات الفضائية الخاصة فى مصر.

٥- هناك بعض الدراسات التى ركزت على علاقة الجمهور بقنوات النيل التعليمية.

٦- هناك بعض الدراسات التى ركزت على استخدام الجمهور لكل من القنوات المحلية والدولية.

٧- هناك بعض الدراسات التى ركزت على تأثير استخدام القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو وقنوات التليفزيون المركزية والإقليمية.

ومن الملاحظ ، أنه لم توجد أية دراسة عن تأثير مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال الوطنية المختلفة من صحف وراديو وتليفزيون وفيديو وسينما ومسرح، وهو ما يجعل نطاق هذه الدراسة بداية لتناول جديد فى مجال تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على غيرها من وسائل الاتصال.

موضوع الدراسة :

يمكن صياغة موضوع هذه الدراسة على النحو التالى :

فى ضـــوء نقـــص المعلومات وندرة الدراسات التى تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على وســـائل الاتصـــال الوطنـــية ، كانت هذه الدراسة التى تهتم بتأثير مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضـــائية على حجم التعرض لوسائل الاتصال الوطنية (الصحف - الراديو - التليفزيون - الفيديو - السينما - المسرح).

أهمية الدراسة :

تـــأتى أهمية هذه الدراسة تماشيًا مع حاجة مصر لمثل هذه النوعية من الدراسات للاستفادة بها فى تطويـــر وسائل الاتصال الوطنية بصفة عامة والوسائل المسموعة المرئية بصفة خاصة ، وتطوير خدمات القـــنوات التليفزيونية الوطنية بصفة أخص ؛ حتى تستطيع أن تقف أمام التحديات التى تواجهها أمام القنوات الفضائية العديدة ، وحتى يتسنى لمصر أن تخطط مستقبل التليفزيون بقنواته الوطنية بصورة تتفق مع التطور الهائل الذى يشهده عصرنا الحالى .

تساؤلات الدراسة :

تتمثل تساؤلات هذه الدراسة فيما يلي:

أولاً : تساؤلات عامة :

- ما نوع القنوات الفضائية التى يقبل الجمهور على مشاهدتها؟
- ما المواد التى يشاهدها الجمهور فى القنوات الفضائية العربية؟
- ما المواد التى يشاهدها الجمهور فى القنوات الفضائية الأجنبية؟

ثانيًا: تساؤلات خاصة بقراءة الصحف:

- ما مدى قراءة الصحف، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين القراءة والعوامل الديموجرافية؟
- مـــا حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

ثالثاً: تساؤلات خاصة بالاستماع إلى الراديو:

- ما مدى الاستماع إلى الراديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الاستماع والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

رابعاً: تساؤلات خاصة بمشاهدة التليفزيون:

- ما مدى مشاهدة التليفزيون، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين المشاهدة والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

خامساً: تساؤلات خاصة بمشاهدة الفيديو كاسيت:

- مـــا مـــدى مشـــاهدة الفـــيديو كاســـيت، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين المشاهدة والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

سادساً: تساؤلات خاصة بالذهاب إلى السينما:

- ما مدى الذهاب إلى السينما، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الذهاب والعوامل الديموجرافية؟
- مـــا حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

سابعاً: تساؤلات خاصة بالذهاب إلى المسرح:

- ما مدى الذهاب إلى المسرح، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الذهاب والعوامل الديموجرافية؟
- مـــا حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين التأثير والعوامل الديموجرافية؟

نوع الدراسة والمنهج:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح (مسح الجمهور).

عينة الدراسة:

شملت هذه الدراسة عينة عمدية ممن يشاهدون القنوات الفضائية، قوامها ٢٠٠ مفردة من محافظتي: القاهرة والجيزة – أما عن خصائص أفراد العينة حسبما أسفر عنها العمل الميداني فقد جاءت على النحو التالي .

جدول (١) : توزيع عينة الدراسة بحسب النوع .

النوع	ك	%
ذكور	١٠٠	٥٠
إناث	١٠٠	٥٠
الإجمالى	٢٠٠	١٠٠

جدول (٢) : توزيع عينة الدراسة بحسب السن .

السن	ك	%
١٥ لأقل من ٢٠	٢٥	١٢,٥
٢٠ لأقل من ٢٥	٣٦	١٨
٢٥ لأقل من ٣٠	٢٧	١٣,٥
٣٠ لأقل من ٣٥	٣٠	١٥
٣٥ لأقل من ٤٠	٢٢	١١
٤٠ لأقل من ٤٥	٢٠	١٠
٤٥ لأقل من ٥٠	١٥	٧,٥
٥٠ لأقل من ٥٥	١٥	٧,٥
٥٥ فأكثر	١٠	٥
الإجمالى	٢٠٠	١٠٠

جدول (٣) : توزيع عينة الدراسة بحسب مستوى التعليم .

مستوى التعليم	ك	%
يقرأ ويكتب	٢	١
مؤهل أقل من المتوسط	١	٠,٥
مؤهل فوق المتوسط وأقل من الجامعى	٣٢	١٦
مؤهل جامعى	١١٢	٥٦
دراسات عليا	٥٣	٢٦,٥
الإجمالى	٢٠٠	١٠٠

جدول (٤) : توزيع عينة الدراسة بحسب الحالة الاجتماعية .

الحالة الاجتماعية	ك	%
لم يسبق له الزواج	٨٢	٤١
متزوج وليس لديه أولاد	٢٢	١١
متزوج ولديه أولاد	٩٣	٤٦,٥
مطلق	٣	١,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

جدول (٥) : توزيع عينة الدراسة بحسب المنطقة السكنية .

المنطقة السكنية	ك	%
مدينة نصر	٣٥	١٧,٥
مصر الجديدة	٢٦	١٣
المهندسين	٢٠	١٠
الهرم	١٧	٨,٥
الجيزة	١٥	٧,٥
الدقي	١٢	٦
العباسية	١١	٥,٥
حدائق القبة	١١	٥,٥
شبرا	١٠	٥
الزمالك	٦	٣
العجوزة	٥	٢,٥
المعادي	٥	٢,٥
حلوان	٣	١,٥
إمبابة	٣	١,٥
فيصل	٣	١,٥
الأزبكية	٣	١,٥
الظاهر	٣	١,٥
حلمية الزيتون	٢	١
منيل الروضة	٢	١

يتبع جدول (٥)

المنطقة السكنية	ك	%
المقطم	٢	١
جسر السويس	٢	١
الجمالية	١	٠,٥
العمرانية	١	٠,٥
الحلمية الجديدة	١	٠,٥
السيدة زينب	١	٠,٥
الإجمالى	٢٠٠	١٠٠

أداة الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على صحيفة استقصاء مكونة من عدة أسئلة ، تركز على الجوانب الرئيسية لموضوع الدراسة.

خطوات إعداد الصحيفة:

تمثلت خطوات إعداد الصحيفة فيما يلي:

١- مراجعة موضوع الدراسة والتساؤلات المطلوب الإجابة عنها.

٢- فى ضوء المراجعة السابقة تم إعداد الصحيفة فى صورتها الأولية.

٣- إدخال بعض التعديلات على الصحيفة حتى أصبحت جاهزة للتطبيق.

٤- إجــــراء اختبار ت أولى لتجريب الاستمارة ، قبل النــزول للعمل الميدانى لقياس صلاحيتها للتطبيق.

اختبار الصدق والثبات:

(أ) اختبار الصدق:

اعــتمد اختـــبار الصـــدق على درجة الاتساق فى إجابات الأسئلة المرتبطة التى شملتها صحيفة الاستقصاء، وقد حسبت نسبة الصدق على أساس نسبة الأسئلة المتطابقة إلى الأسئلة المرتبطة، وبناء على ذلك فقد تم استبعاد الاستمارات التى قلت فيها درجة الصدق عن ٧٥%.

(ب) اختبار الثبات:

تم استخدام أسلوب تطبيق الاستمارة ، ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى Test-Retest بعد أسبوعين، ثم تم بعد ذلك حساب نسبة الاتفاق بين الإجابات فى التطبيقين.

طريقة جمع بيانات صحيفة الاستقصاء :

تم جمع بيانات صحيفة الاستقصاء عن طريق توزيعها على المبحوثين الذين قاموا بملئها بأنفسهم.

حدود الدراسة:

١- اقتصــرت هذه الدراسة على عينة عمدية من الجمهور المصرى فى محافظتى القاهرة والجيزة ، الذين يمتلكون الدش ويشاهدون القنوات الفضائية.

٢- اقتصرت إجابات المبحوثين فى هذه الدراسة على صحيفة الاستقصاء التى أعدت خصيصاً لأغراض الدراســة والتى اقتصرت فقط على علاقة الجمهور المصرى (عينة الدراسة) من مشاهدى القنوات الفضــائية بوســائل الاتصال الأخرى (الصحف - الراديو - التليفزيون - الفيديو - السينما - المسرح).

نتائج الدراسة:

أولاً: التساؤلات العامة:

- ما نوع القنوات الفضائية التى يقبل الجمهور على مشاهدتها؟
- ما المواد التى يشاهدها الجمهور فى القنوات الفضائية العربية؟
- ما المواد التى يشاهدها الجمهور فى القنوات الفضائية الأجنبية؟

نوع القنوات الفضائية التى يقبل الجمهور على مشاهدتها:

جدول (٦) : توزيع عينة الدراسة بحسب نوع القنوات الفضائية التى يشاهدونها .

نوع القنوات الفضائية	ك	%
القنوات الفضائية العربية فقط	١١٨	٥٩,٠-
القنوات الفضائية العربية والأجنبية	٧٥	٣٧,٥
القنوات الفضائية الأجنبية فقط	٧	٣,٥
الإجمالى	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٦) نوعية القنوات الفضائية التى يشاهدها أفراد الجمهور - عينة الدراسة - على النحو التالى :

- يحــرص أفــراد الجمهور على مشاهدة القنوات الفضائية العربية فقط بنسبة ٥٩% من إجمالى عينة الدراسة.

- يحــرص ٣٧,٥% مــن الأفراد – عينة الدراسة – على مشاهدة كل من القنوات الفضائية العربية والأجنبية معاً.
- تحــرص نسبة ضئيلة من الأفراد – عينة الدراسة – على مشاهدة القنوات الأجنبية فقط، وقد بلغت نســبتهم ٣,٥% فقط من إجمالى عينة الدراسة، وربما يرجع السبب فى ذلك إلى عدم معرفة أفراد العيــنة باللغات المختلفة التى يقدم بها مضمون القنوات الفضائية الأجنبية. وقد ثار نقاش فى إحدى الدراسات[٢٨] حول العلاقة بين التعرض للبرامج المذاعة ونوع اللغة والإلمام بها ؛ حيث تم طرح عدة تســاؤلات حول المضمون الذى ينقل عبر القنوات الفضائية والفهم الكامل للغة التى يقدم بها هذا المضمون. وأثارت هذه الدراسة تساؤلاً مهمًا وهو "هل من المحتمل أن نتعود ببساطة مشاهدة برامج لم نفهمها بالكامل؟" وتؤكد هذه الدراسة أيضاً أن هناك تساؤلات عديدة ومتنوعة فى هذا المجال ، و لم توجد إجابات تفصيلية عنها بعد.

المواد التى يشاهدها الجمهور فى القنوات الفضائية العربية:

جدول (٧) : توزيع إجابات عينة الدراسة – مشاهدى القنوات الفضائية العربية – بحسب المواد التى يشاهدونها .

المواد التى يشاهدها الجمهور فى القنوات الفضائية العربية	ك	%
الأفلام العربية	١٤١	٧٣,١
الأخبار والبرامج الإخبارية	١٢٣	٦٣,٧
الأغانى	١٢٣	٦٣,٧
المسلسلات العربية	١٠٧	٥٥,٤
المنوعات	١٠٢	٥٢,٨
الأفلام الأجنبية	٩١	٤٧,٢
البرامج الدينية	٨٨	٤٥,٦
البرامج الثقافية	٥٣	٢٧,٥
البرامج الرياضية	٥٢	٢٦,٩
الإعلانات	٤٥	٢٣,٣
جملة من سئلوا	١٩٣	

توضـــح بيانات الجدول (٧) المواد التى يقبل الأفراد عينة الدراسة - مشاهدى القنوات الفضائية العربية - على مشاهدها على النحو التالي:

- جــاءت الأفلام العربية فى المركز الأول بنسبة ٧٣,١% من جملة من سئلوا، تلتها الأخبار والبرامج الإخبارية والأغانى بنسبة ٦٣,٧% لكل منهما.
- تعتبر المسلسلات العربية من المواد المفضلة والمحببة لقلوب المشاهدين ، حيث كانت نسبتها ٥٥,٤% من جملة من سئلوا ، وتلتها برامج المنوعات بنســبة ٥٢,٨%.
- يقبل مشاهدو القنوات الفضائية العربية فى بعض الأحيان على مشاهدة الأفلام الأجنبية بنسبة ٤٧,٢ %، ومن المرجح أن مشاهدى القنوات الفضائية العربية يقبلون هذه النوعية من المواد الأجنبية حتى فى حالة عدم معرفتهم باللغة الأجنبية، نظراً للترجمة المصاحبة للأعمال الدرامية ، والتى تساعدهم إلى حد كبير فى متابعة تسلسل الأحداث وفهم المضمون المقدم لهم من خلال هذه النوعية من الأعمال الدرامية.
- يقبل الجمهور أيضاً على مشاهدة البرامج الدينية وذلك بنسبة ٤٥,٦%.
- تنوعت مشاهدة الجمهور لبعض المواد الأخرى بنسب متفاوتة مثل البرامج الثقافية والبرامج الرياضية.

المواد التى يشاهدها الجمهور فى القنوات الفضائية الأجنبية:

جــدول (٨) : توزيــع إجابات عينة الدراسة - مشاهدى القنوات الفضائية الأجنبية - بحسب المواد التى يشاهدونها .

المواد التى يشاهدها الجمهور فى القنوات الفضائية الأجنبية	ك	%
الأفلام الأجنبية	٦٦	٨٠,٥
الأخبار والبرامج الإخبارية	٦٣	٧٦,٨
البرامج الرياضية	٣٥	٤٢,٧
برامج المنوعات	٣١	٣٧,٨
الأغانى	٣٠	٣٦,٦
الإعلانات	٢٧	٣٢,٩
المسلسلات	٢١	٢٥,٦
المواد والبرامج الثقافية	١٨	٢٢,٠
مواد أخرى	٤	٤,٩
جملة من سئلوا	٨٢	

توضح بيانات الجدول (٨) المواد التى يقبل الأفراد عينة الدراسة (مشاهدى القنوات الفضائية الأجنبية) على مشاهدتها على النحو التالى :

- احتلت الأفلام الأجنبية الترتيب الأول بنسبة ٨٠,٥% من جملة من سئلوا ، تلتها بعد ذلك الأخبار والبرامج الإخبارية بنسبة ٧٦,٨%.
- جاءت المواد والبرامج الرياضية فى المركز الثالث بنسبة ٤٢,٧% ، ثم تلتها برامج المنوعات والأغانى بنسبة ٣٧,٨% للأولى و٣٦,٦% للثانية.
- يقبل مشاهدو القنوات الفضائية الأجنبية أيضاً على مشاهدة الإعلانات والمسلسلات والمواد والبرامج الثقافية ، بنسب متفاوتة . هذا بالإضافة إلى تفضيل المشاهدين لمتابعة بعض المواد الأخرى فى القنوات الفضائية الأجنبية ، مثل : الحفلات والأفلام التسجيلية والسيرك العالمى والبرامج الفنية المتنوعة.

ثانيًا: التساؤلات الخاصة بقراءة الصحف:

- ما مدى قراءة الصحف، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين القراءة والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

حدود قراءة مشاهدى القنوات الفضائية للصحف:

جدول (٩) : توزيع عينة الدراسة بحسب قراءتهم للصحف .

حدود قراءة مشاهدى القنوات الفضائية للصحف	ك	%
يقرأون الصحف دائما	١٢٥	٦٢,٥
يقرأون الصحف أحياناً	٦٧	٣٣,٥
لا يقرأون الصحف	٠٨	٠٤,٠
الإجمالى	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٩) حدود قراءة الأفراد عينة الدراسة للصحف على النحو التالي:

- أن ٩٦% من الأفراد عينة الدراسة يقرأون الصحف، منهم من يقرأها بصفة دائمة وقد بلغت نسبتهم ٦٢,٥% مـــن إجمـــالى عينة الدراسة، ومنهم أيضاً من يقرأها فى بعض الأحيان وقد بلغت نسبتهم

٣٣,٥% مـــن إجمالى عينة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع إحدى الدراسات[٢٩] التى أوضحت أن الصحف جاءت في مقدمة وسائل الاتصال ، التى يلجأ إليها الشباب بهدف الحصول على المعلومات؛ نظراً لأهميتها فى توفير المعلومات والتحليلات وتوثيقها ومدى ما تمثله من مصداقية لديهم.

- كذلـــك تتفق هذه النتيجة أيضاً مع نتيجة إحدى الدارسات[٣٠] ، التى أوضحت أن نسبة كبيرة من الأفراد يتعرضون للصحف المحلية فى ضوء أنهم يعتمدون على الوسيلة المطبوعة للوصول إلى معلومات أكثر دقة ووضوحاً فيما يتعلق بالأحداث المحلية، وقد أكدت هذه الدراسة أن أفراد العينة يعتمدون على الصحف المحلية بصفة أساسية للحصول على الأخبار والمعلومات. وقد أوضحت دراسة أخرى[٣١] أهمية التعرض للصحف كمصدر للمعلومات خاصة السياسية منها، حيث أوضحت هذه الدراسة أن هـــناك علاقة بين قراءة الصحف وارتفاع مستوى المعرفة السياسية عند الجمهور. وقد أشارت إحـــدى الدراســـات[٣٢] أيضاً إلى أهمية الصحف وتفوقها على غيرها من الوسائل كمصدر أيضاً لـــلمعلومات، حيث أوضحت أن هناك فروقًا فى المعرفة بين من يعتمدون على الصحف كمصدر للمعلومات ، وغيرهم ممن يعتمدون على وسائل أخرى لصالح من يعتمدون على الصحف.

- نســـبة ٤٥% مـــن الأفراد – عينة الدراسة – لا يقرأون الصحف، ويرجع عدم قراءتهم للصحف إلى أسباب متعددة ، منها:

  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية العربية، وكان ذلك بنسبة ٦٢,٥% من جملة من سئلوا.
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ١٢,٥% من جملة من سئلوا.
  - ضيق الوقت وكان ذلك بنسبة ٣٧,٥% من جملة من سئلوا.
  - الاعـــتماد عـــلى النشرات الإخبارية فى الوسائل المسموعة والمرئية ، والتى يتوافر بها عديد من التفاصيل ، والتى تشتمل أيضاً على عديد من تقارير المراسلين.
  - وجود فروق فى آنية حدوث الخبر وقت طبع الصحف ، بعكس الوسائل المسموعة والمرئية التى تنقل الأحداث فور وقوعها.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين قراءة الصحف والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين قراءة الصحف والنوع:

جدول (١٠) : توزيع عينة الدراسة بحسب قراءة الصحف والنوع .

النــوع / مدى قراءة الصحف	ذكور	إناث	الإجمالى	%
دائماً	٦١	٦٤	١٢٥	٦٢,٥
أحياناً	٣٦	٣١	٦٧	٣٣,٥
لا	٣	٥	٨	٤,٠
الإجمـــالى	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت – ١٢٤ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٩٠٢				

ولتوضـــيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث فى مدى قراءهم للصحف ، تم استخدام اختبار ت، وقـــد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (١٠) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًا، حيث إن هناك تقاربًا بين الذكور والإناث فى المتوسط الحسابى لقراءة الصحف كما يلى:

- المتوسط الحسابى للذكور ١,٥٨.
- المتوسط الحسابى للإناث ١,٥٩.

ومن هنا يتبين أن النسبة الكبرى من الذكور والإناث ، يقرأون الصحف بصفة دائمة أو فى بعض الأحيان، وأن نسبة ضئيلة منهم أيضاً لا يقرأون الصحف ، ولا توجد فروق فى ذلك أيضاً بين الذكور والإناث.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين قراءة الصحف والسن:

جدول (١١) : توزيع عينة الدراسة بحسب قراءة الصحف والسن .

النوع / مدى قراءة الصحف	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالى	%
دائماً	٤٠	٥٤	٣١	١٢٥	٦٢,٥
أحياناً	٤١	١٧	٩	٦٧	٣٣,٥
لا	٧	١	–	٠٨	٤,٠
الإجمـــالى	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ف ١١,٩٢٠، درجتا الحرية ٢، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,٠٠٠					

ولتوضــيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة فى مدى قراءتهم للصحف ، تم استخدام تحلــيل التباين ذى البعد الواحد One Way ANOVA، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بيانات الجدول (١١) عن وجود فروق دالة إحصائيًا بين الفئات العمرية المختلفة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠ لصــالح المجموعة الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر) وكان المتوسط الحسابى لقراءة الصحف للفئات العمرية المختلفة كما يلي:

- أقل من ٣٠ سنة ١,٣٨.
- من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ١,٧٤.
- ٤٥ سنة فأكثر ١,٧٨.

ولمعــرفة مصدر التباين بين الفئات العمرية المختلفة ، تم عمل الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطــريقة أقل فرق معنوى ، وتبين أن هناك فروقًا دالة إحصائيًا بين الفئة العمرية الأولى (أقل من ٣٠ سنة) والفئة العمرية الثانية (من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة)، وأن هناك أيضاً فروقًا دالة إحصائيًا بين الفــئة العمرية الأولى والفئة العمرية الثالثة (٤٥ سنة فأكثر) لصالح الفئة الأكبر سنًا. أما الفئة العمرية الثانية والثالثة فلم تظهر بينهما أية فروق دالة إحصائيًا. ويتبين ذلك من قيمة الفرق بين المتوسطين بين كل فئة عمرية وأخرى كما يلي:

- ٣٦ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثانية – مستوى المعنوية ٠,٠٠٠).
- ٤٠ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثالثة – مستوى المعنوية ٠,٠٠٠).
- ٠,٠٤ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الثانية والثالثة – مستوى المعنوية ٠,٧١٦).

ومــن هنا يتبين لنا أن أفراد الفئة العمرية الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر) يقرأون الصحف أكثر من الفئة العمرية الأصغر سناً (أقل من ٣٠ سنة).

(٣) مدى العلاقة أو الاختلاف بين قراءة الصحف ومستوى التعليم:

جدول (١٢) : توزيع عينة الدراسة بحسب قراءة الصحف ومستوى التعليم .

مدى قراءة الصحف / مستوى التعليم	أقل من الجامعى	جامعى فأكثر	الإجمالى	%
دائماً	١٨	١٠٧	١٢٥	٦٢,٥
أحياناً	١٤	٥٣	٦٧	٣٣,٥
لا	٣	٥	٨	٠,٤
الإجمــالى	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت – ١,٥٩٩ ، د. ح ٤٤,٥٨٥ ؛ مستوى المعنوية ٠,١١٧				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم وقراءة الصحف تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبـــيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (١٢) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًا، حيث إن معظم أفراد عينة الدراسة يقرأون الصحف بصفة دائمة أو فى بعض الأحيان ، سواء كان ذلك بين الأفراد فى المستوى التعليمى أقل من الجامعى أم المستوى التعليمى جامعى فأكثر.

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف:

جدول (١٣) : توزيع من يقرأون الصحف بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءتهم للصحف.

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف	ك	%
أثرت المشاهدة على قراءة الصحف .	٦٩	٣٥,٩
لم تؤثر المشاهدة على قراءة الصحف .	١٢٣	٦٤,١
الإجمـــالى	١٩٢	١٠٠

توضح بيانات الجدول (١٣) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف لدى الأفراد – عينة الدراسة – ممن يقرأون الصحف على النحو التالى:

- لم تؤثـــر مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة ٦٤,١%، بينما أثرت المشاهدة على بعض من أفراد العينة بنسبة بلغت ٣٥,٩%، ونتج عن هذا التأثير انخفاض معدل قراءة الصحف لدى جميع أفراد العينة ، ممن أثرت مشاهدتهم للقنوات الفضائية على قراءاتهم للصحف وعددهم ٦٩ مفردة.

مـــدى وجود علاقة أو اختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والنوع:

جدول (١٤) : توزيع من يقرأون الصحف بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القراءة والنوع .

النوع / مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القراءة	ذكور	إناث	الإجمالى	%
أثرت المشاهدة على القراءة	٣٢	٣٧	٦٩	٣٥,٩
لم تؤثر المشاهدة على القراءة	٦٥	٥٨	١٢٣	٦٤,١
الإجمـــالى	٩٧	٩٥	١٩٢	١٠٠
قيمة كا^2 المحسوبة ٠,٧٤٠ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٣٩٠				

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشـــاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والنوع ، تم استخدام كـــا[٢]، وقد أســـفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجـــدول (١٤) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والنوع.

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والسن:

جدول (١٥) : توزيع من يقرأون الصحف بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القراءة والسن .

السن / مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالى	%
أثرت المشاهدة على القراءة	٣٥	٢١	١٣	٦٩	٣٥,٩
لم تؤثر المشاهدة على القراءة	٤٦	٥٠	٢٧	١٢٣	٦٤,١
الإجمـــالى	٨١	٧١	٤٠	١٩٢	١٠٠
قيمة كا[٢] المحسوبة ٣,٣١٤ ، د. ح. ٢ ، مستوى معنوية ٠,١٩١					

ولتوضـــيح العلاقـــة بـــين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والسن ، تم استخدام كا[٢]، وقد أسفر تطبيق هـــذا الاختبار على بيانات الجـــدول (١٥) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والسن.

(٣) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف ومستوى التعليم :

جـــدول (١٦) : توزيع من يقرأون الصحف بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القراءة ومستوى التعليم .

مستوى التعليم / مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف	ذكور	إناث	الإجمالى	%
أثرت المشاهدة على القراءة	١١	٥٨	٦٩	٣٥,٩
لم تؤثر المشاهدة على القراءة	٢١	١٠٢	١٢٣	٦٤,١
الإجمـــالى	٣٢	١٦٠	١٩٢	١٠٠
قيمة كا[٢] المحسوبة ٠,٠٤١ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٨٤٠				

ولتوضـــيح العلاقـــة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف ومستوى التعليم تم اســـتخدام كا[٢]، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (١٦) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف ومستوى التعليم.

ثالثاً: التساؤلات الخاصة بالاستماع إلى الراديو :

- ما مدى الاستماع إلى الراديو ، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الاستماع والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

حدود استماع مشاهدى القنوات الفضائية إلى الراديو:

جدول (١٧) : توزيع عينة الدراسة بحسب استماعهم إلى الراديو .

حدود استماع مشاهدى القنوات الفضائية إلى الراديو		%
يستمعون إلى الراديو دائماً	١٥	٧,٥
يستمعون إلى الراديو أحياناً	١١٨	٥٩,٠
لا يستمعون إلى الراديو	٦٧	٣٣,٥
الإجمـــالى	٢٠٠	١٠٠

توضـــح بيانات الجدول (١٧) حدود استماع الأفراد – عينة الدراسة – إلى الراديو على النحو التالى :

- أن ٦٦,٥% من الأفراد – عينة الدراسة – يستمعون إلى الراديو، منهم من يستمع إليه بصفة دائمة وقد بلغت نسبتهم ٧,٥% من إجمالى عينة الدراسة، ومنهم أيضاً من يستمع إليه فى بعض الأحيان وقـــد بلغت نسبتهم ٥٩% من إجمالى عينة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه إحدى الدراســـات[٣٣] ، التى أوضحت ارتفاع نسبة الاستماع إلى الراديو المحلى بشكل غير منتظم أحياناً لتصـــل إلى ٥٩,٣%، وأكـــدت هذه الدراسة أيضاً أن دافع مراقبة البيئة المحلية والدولية ، ومعرفة التوجه الرسمى للدولة تجاه الأحداث المحلية والدولية يأتى على رأس قائمة دوافع أفراد العينة للاستماع إلى الـــراديو المحـــلى بنسبة ٧٨,٤% يلى ذلك دافع الاستماع إلى الأغانى والموسيقى والمنوعات فى المرتـــبة الثانية بنسبة ٣٠,٢% ، هذا بالإضافة إلى بعض الدوافع الأخرى مثل الاستماع إلى القرآن الكريم والبرامج الدينية وتميز الراديو المحلى بالمصداقية والجدية، هذا بينما تأتى دوافع التسلية والترفيه والاستئناس براديو السيارة والتعود فى مراتب متأخرة بين دوافع الاستماع إلى الراديو المحلي .

- نسبة ٣٣,٥% من الأفراد عينة الدراسة لا يستمعون إلى الراديو، ويرجع عدم استماعهم إلى الراديو لأسباب متعددة ، منها:
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات العربية، وكان ذلك بنسبة ٧٦,١% من جملة من سئلوا.
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية ، وكان ذلك بنسبة ١٩,٤% من جملة من سئلوا.
  - ضيق الوقت وكان ذلك بنسبة ٢٢,٤% من جملة من سئلوا.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الاستماع إلى الراديو والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الاستماع إلى الراديو والنوع:

جدول (١٨) : توزيع عينة الدراسة بحسب الاستماع إلى الراديو والنوع .

النوع / مدى الاستماع إلى الراديو	ذكور	إناث	الإجمالى	%
دائماً	٩	٦	١٥	٧,٥
أحياناً	٦٥	٥٣	١١٨	٥٩,٠
لا	٢٦	٤١	٦٧	٣٣,٥
الإجمالى	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت ٢,١٩٠ ، د. ح ١٩٧,٦٩٢ ، مستوى المعنوية ٠,٠٣٠				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث فى مدى استماعهم إلى الراديو تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (١٨) عن أن هناك فروقًا دالة إحصائيًّا بين الذكور والإناث عند مستوى معنوية ٠,٠٣٠ ويتبين أن الفروق لصالح الذكور حيث إن متوسطهم الحسابى بالنسبة للاستماع إلى الراديو كانت قيمته ٠,٨٣ بينما كان المتوسط الحسابى للإناث ٠,٦٥.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الاستماع إلى الراديو والسن:

جدول (١٩) : توزيع عينة الدراسة بحسب الاستماع إلى الراديو والسن .

النوع / مدى الاستماع إلى الراديو	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالى	%
دائماً	٣	٧	٥	١٥	٧,٥
أحياناً	٤٣	٤٥	٣٠	١١٨	٥٩,٠
لا	٤٢	٢٠	٥	٦٧	٣٣,٥
الإجمالى	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ف ٩,٦٥٢ ، درجة الحرية ٢ ، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,٠٠٠					

ولتوضـــيح مـــدى الاخـــتلاف بين الفئات العمرية المختلفة فى مدى استماعهم إلى الراديو ، تم استخدام تحليل التباين ذى البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بـــيانات الجدول (١٩) عن وجود فروق دالة إحصائيًا بين الفئات العمرية المختلفة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠ لصـــالح الفئة العمرية الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر) ، وكان المتوسط الحسابي للاستماع إلى الراديو للفئات العمرية المختلفة كما يلي:

- أقل من ٣٠ سنة ٠,٥٦.
- من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ٠,٨٢.
- ٤٥ سنة فأكثر –١,٠.

ولمعرفة مصدر التباين بين الفئات العمرية المختلفة ، تم عمل الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوى ، وتبين أن هناك فروقًا دالة إحصائيًا بين الفئة العمرية الأولى (أقل من ٣٠ ســـنة) والفئة العمرية الثانية (من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة)، وأن هناك أيضاً فروقًا دالة إحصائيًا بين الفئـــتان العمريـــتان الأولى والفئة العمرية الثالثة (٤٥ سنة فأكثر) لصالح الفئة الأكبر سنًا. أما الفئتان العمريـــتان الثانـــية والثالثة فلم تظهر بينهما أية فروق دالة إحصائيًا ، ويتبين ذلك من قيمة الفرق بين المتوسطين بين كل فئة عمرية وأخرى كما يلي:

- ٢٦ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثانية – مستوى المعنوية ٠,٠٠٤).
- ٤٤ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثالثة – مستوى المعنوية ٠,٠٠٠).
- ١٨ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الثانية والثالثة – مستوى المعنوية ٠,١٠٥).

ومن هنا ، يتبين لنا أن أفراد الفئة العمرية الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر) يستمعون إلى الراديو أكثر من الفئة العمرية الأصغر سناً (أقل من ٣٠ سنة).

(٣) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الاستماع إلى الراديو ومستوى التعليم:

جدول (٢٠) : توزيع عينة الدراسة بحسب الاستماع إلى الراديو ومستوى التعليم .

مستوى التعليم / مدى الاستماع إلى الراديو	أقل من الجامعى	جامعى فأكثر	الإجمالى	%
دائماً	٢	١٣	١٥	٧,٥
أحياناً	١٩	٩٩	١١٨	٥٩,٠
لا	١٤	٥٣	٦٧	٣٣,٥
الإجمـــالى	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت –٠,٩٢٠ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٣٥٩				

ولتوضـــيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم والاستماع إلى الراديو ، تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٠) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا، حيث إن معظم أفراد عينة الدراسة يستمعون إلى الراديو بصفة دائمة أو فى بعض الأحيان ، سواء كان ذلك بين الأفراد فى المستوى التعليمى أقل من الجامعى أم المستوى الجامعى فأكثر.

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو:

جدول (٢١) : توزيع من يستمعون إلى الراديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على استماعهم إلى الراديو .

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو	ك	%
أثرت على الاستماع إلى الراديو	٥٧	٤٢,٩
لم تؤثر على الاستماع إلى الراديو	٧٦	٥٧,١
الإجمـــالى	١٣٣	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٢١) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو لدى الأفراد عينة الدراسة ، ممن يستمعون إلى الراديو على النحو التالى :

- لم تؤثــر مشاهدة القنوات الفضـــائية على الاستماع إلى الراديو لدى الأفراد عينة الدراسة بنســـبة ٥٧,١%، بيـــنما أثرت المشاهدة على بعض من أفراد العينة بنسبة بلغت ٤٢,٩%، ونتج عن هذا الـــتأثير انخفـــاض معدل الاستماع إلى الراديو لدى جميع أفراد العينة ممن أثرت مشاهدتهم للقنوات الفضائية على استماعهم إلى الراديو وعددهم ٥٧ مفردة.

مـــدى وجـــود علاقة أو اختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والعوامل الديموجرافية:

(١) مـــدى العلاقـــة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والنوع :

جـــدول (٢٢) : توزيـــع من يستمعون إلى الراديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع والنوع .

مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو / النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%
أثرت المشاهدة على الاستماع	٢٧	٣٠	٥٧	٤٢,٩
لم تؤثر المشاهدة على الاستماع	٤٧	٢٩	٧٦	٥٧,١
الإجمـــالي	٧٤	٥٩	١٣٣	١٠٠
قيمة كا٢ المحسوبة ٢,٧٦٤ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٠٩٦				

ولتوضـــيح العلاقـــة بـــين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والنوع تم اســـتخدام كا٢، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٢) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والنوع.

(٢) مـــدى العلاقـــة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والسن :

جـــدول (٢٣) : توزيـــع من يستمعون إلى الراديو بحســب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع والسن .

مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو / السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فاكثر	الإجمالى	%
أثرت المشاهدة على الاستماع	٢١	٢٢	١٤	٥٧	٤٢,٩
لم تؤثر المشاهدة على الاستماع	٢٥	٣٠	٢١	٧٦	٥٧,١
الإجمـــالى	٤٦	٥٢	٣٥	١٣٣	١٠٠
قيمة كا٢ المحسوبة ٠,٢٧٠ ، د. ح ٢ ، مستوى المعنوية ٠,٨٧٤					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والسن تم استخدام كا٢، وقـــد أســـفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٣) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والسن.

(٣) مـــدى العلاقـــة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو ومستوى التعليم :

جـــدول (٢٤) : توزيـــع من يستمعون إلى الراديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع ومستوى التعليم .

مستوى التعليم / مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالى	%
أثرت المشاهدة على الاستماع	١٠	٤٧	٥٧	٤٢,٩
لم تؤثر المشاهدة على الاستماع	١١	٦٥	٧٦	٥٧,١
الإجمـــالى	٢١	١١٢	١٣٣	١٠٠
قيمة $كا^2$ المحسوبة ٠,٢٣١ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٦٣١				

ولتوضـــيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو ومستوى التعلـــيم تم اســـتخدام $كا^2$، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٤) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو ومستوى التعليم.

رابعاً : التساؤلات الخاصة بمشاهدة التليفزيون :

- ما مدى مشاهدة التليفزيون، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين المشاهدة والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

حدود مشاهدة مشاهدى القنوات الفضائية للتليفزيون:

جدول (٢٥) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدتهم للتليفزيون .

حدود مشاهدة مشاهدى القنوات الفضائية للتليفزيون	التكرارات	%
يشاهدون التليفزيون دائماً	٨٥	٤٢,٥
يشاهدون التليفزيون أحياناً	١٠٩	٥٤,٥
لا يشاهدون التليفزيون	٠٠٦	٠٣,٠
الإجمـــالى	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٢٥) حدود مشاهدة الأفراد عينة الدراسة للتليفزيون على النحو التالى :

- إن ٩٧% من الأفراد – عينة الدراسة – يشاهدون التليفزيون، منهم من يشاهدونه بصفة دائمة وقد بلغت نسبتهم ٤٢,٥% من إجمالى عينة الدراسة، ومنهم أيضا من يشاهدونه فى بعض الأحيان وقد بلغــت نسبتهم ٥٤,٥% من إجمالى عينة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه إحدى الدراســات[٣٤] ، التى أوضحت أن نسبة ٨٣,١% – ممن يشاهدون القنوات الفضائية – يشاهدون التليفزيون أيضاً، وتؤكد بعض الدراسات[٣٥] الأخرى تعرض مشاهدى القنوات الفضائية للتليفزيون حــتى وإن قلــت نســبة الــتعرض لــه بالمقارنة بمشاهدة القنوات الفضائية. وهناك أيضاً إحدى الدراســات[٣٦] التى أوضحت أن دافع مراقبة البيئة المحلية والدولية ومعرفة التوجه الرسمى للدولة – يــأتى عــلى رأس قائمــة دوافع مشاهدة التليفزيون ، يليه فى ذلك دافع مشاهدة الدراما العربية والأجنبــية، ثم التسلية والترفيه وغيرها من الدوافع الأخرى التى تأتى فى مراتب متأخرة بين دوافع مشاهدة التليفزيون.
- إن نسبة ٣% من الأفراد عينة الدراسة لا يشاهدون التليفزيون، ويرجع عدم مشــاهدتهم له لأسباب متعددة ، منها:
  - الاكــتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية العربية، وكان ذلك بنسبة ٥٠% من جملة من سئلوا. وقد أكــدت إحــدى الدراسات[٣٧] هذه النتيجة ، حيث أوضحت أن اكتفاء المبحوثين بالتعرض للقنوات التليفزيونية الدولية من أهم أسباب عدم تعرضهم للتليفزيون.
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ٣٣,٣% من جملة من سئلوا.
  - ضيق الوقت لدى الأفراد عينة الدراسة، وكان ذلك بنسبة ١٦,٧% من جملة من سئلوا.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة التليفزيون والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة التليفزيون والنوع:

جدول (٢٦) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة التليفزيون والنوع .

النوع / مدى مشاهدة التليفزيون	ذكور	إناث	الإجمالى	%
دائماً	٣٩	٤٦	٨٥	٤٢,٥
أحياناً	٥٩	٥٠	١٠٩	٥٤,٥
لا	٢	٤	٦	٠٣,٠
الإجمــالى	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت =٠,٦٤٤ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٥٢٠				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث فى مدى مشاهدتهم للتليفزيون تم استخدام اختبار ت ، وقـــد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٦) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًا، حيث إن هناك تقاربًا بين الذكور والإناث فى المتوسط الحسابى لمشاهدة التليفزيون ، كما يلي:

- المتوسط الحسابى للذكور ١,٣٧.
- المتوسط الحسابى للإناث ١,٤٢.

ومن هنا ، يتبين أن النسبة الكبرى من الذكور والإناث يشاهدون التليفزيون بصفة دائمة أو فى بعـــض الأحيان، وأن نسبة ضئيلة منهم أيضاً لايشاهدون التليفزيون ، ولا توجد فروق فى ذلك بين الذكور والإناث.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة التليفزيون والسن:

جدول (٢٧) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة التليفزيون والسن .

السن / مدى مشاهدة التليفزيون	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالى	%
دائماً	٤١	٢٧	١٧	٨٥	٤٢,٥
أحياناً	٤٧	٤٠	٢٢	١٠٩	٥٤,٥
لا	–	٥	١	٦	٠٣,٠
الإجمالى	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ف ١,٧٠٩ ، درجتا الحرية ٢، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,١٨٤					

ولتوضـــيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة فى مدى مشاهدتهم للتليفزيون ، تم استخدام تحليل التباين ذى البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بـــيانات الجدول (٢٧) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًا، حيث إن هناك تقاربًا بين الفئات العمرية المختلفة فى المتوسط الحسابى لمشاهدة التليفزيون على النحو التالى :

- أقل من ٣٠ سنة ١,٤٧.
- من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ١,٣١.
- ٤٥ سنة فأكثر ١,٤٠.

(٣) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة التليفزيون ومستوى التعليم:

جدول (٢٨) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة التليفزيون ومستوى التعليم .

مستوى التعليم / مدى مشاهدة التليفزيون	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
دائماً	١٥	٧٠	٨٥	٤٢,٥
أحياناً	١٩	٩٠	١٠٩	٥٤,٥
لا	١	٥	٦	٠٣,٠
الإجمالي	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت ٠,٠٥٩ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٩٥٣				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم ومشاهدة التليفزيون تم استخدام اختبار ت، وقـــد أســـفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٨) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين المشاهدة ومستوى التعليم، حيث إن هناك تقاربًا بين المستويات التعليمية فى المتوسط الحسابى لمشاهدة التليفزيون ، على النحو التالى :

- أقل من الجامعى ١,٤٠.
- جامعى فأكثر ١,٣٩.

ومـــن هنا ، يتبين أن معظم أفراد العينة يشاهدون التليفزيون بصفة دائمة أو فى بعض الأحيان ، سواء كان ذلك بين الأفراد فى المستوى التعليمى أقل من الجامعى أو المستوى الجامعى فأكثر.

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون:

جـــدول (٢٩) : توزيـــع من يشاهدون التليفزيون بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للتليفزيون .

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون	ك	%
أثرت على مشاهدة التليفزيون	١٥٤	٧٩,٤
لم تؤثر على مشاهدة التليفزيون	٤٠	٢٠,٦
الإجمالي	١٩٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٢٩) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون لدى الأفراد – عينة الدراسة – ممن يشاهدون التليفزيون على النحو التالى :

- أثــرت مشـــاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون لدى الأفراد – عينة الدراسة – بنسبة ٧٩,٤%، ونتج عن هذا التأثير انخفاض معدل مشاهدة التليفزيون لدى جميع أفراد العينة ممن أثرت مشـــاهدهم للقنوات الفضائية على مشاهدهم للتليفزيون وعددهم ١٥٤ مفردة. وتتفق هذه النتيجة مـــع مـــا توصلت إليه بعض الدراسات[٣٨] ، التى أوضحت أن مشاهدة القنوات الفضائية يعتبر من ضمن الأسباب الرئيسية التى نتج عنها انخفاض فى معدل مشاهدة القنوات التليفزيونية .
- لم تؤثـــر مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون لدى الأفراد – عينة الدراسة – بنسبة ٢٠,٦ من إجمالى عينة الدراسة ممن يشاهدون التليفزيون .

مـــدى وجـــود علاقـــة أو اختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون والعوامل الديموجرافية :

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون والنوع :

جـــدول (٣٠) : توزيـــع من يشاهدون التليفزيون بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدهم للتليفزيون والنوع .

مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون / النوع	ذكور	إناث	الإجمالى	%
أثرت القنوات الفضائية على التليفزيون	٧٧	٧٧	١٥٤	٧٩,٤
لم تؤثر القنوات الفضائية على التليفزيون	٢١	١٩	٤٠	٢٠,٦
الإجمالى	٩٨	٩٦	١٩٤	١٠٠
قيمة $كا^2$ المحسوبة ٠,٠٧٩ ، د. ح ١ ، مستوى معنوية ٠,٧٧٨				

ولتوضـــيح العلاقـــة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة قنوات التليفزيون الوطنية والنوع ، تم استخدام $كا^2$، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٠) عن عدم وجود علاقة بين تأثير المشاهدة للقنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون والنوع.

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون والسن:

جـــدول (٣١) : توزيـــع من يشاهدون التليفزيون بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للتليفزيون والسن .

مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون / السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالى	%
أثرت القنوات الفضائية على التليفزيون	٦٩	٥٢	٣٣	١٥٤	٧٩,٤
لم تؤثر القنوات الفضائية على التليفزيون	١٩	١٥	٦	٤٠	٢٠,٦
الإجمالى	٨٨	٦٧	٣٩	١٩٤	١٠٠
قيمة كا٢ المحسوبة ٠,٨٣٢ ، د. ح ٢ ، مستوى المعنوية ٠,٦٦٠					

ولتوضـــيح العلاقـــة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة قنوات التليفزيون الوطنية والســـن ، تم استخدام كا٢، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣١) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون والسن.

(٣) مدى العـــلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشـــاهدة القنوات الفضائية على مشـــاهدة التليفزيون ومستوى التعليم :

جـــدول (٣٢) : توزيـــع من يشاهدون التليفزيون بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للتليفزيون ومستوى التعليم .

مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون / مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
أثرت القنوات الفضائية على التليفزيون	٢٩	١٢٥	١٥٤	٧٩,٤
لم تؤثر القنوات الفضائية على التليفزيون	٥	٣٥	٤٠	٢٠,٦
الإجمالي	٣٤	١٦٠	١٩٤	١٠٠
قيمة كا٢ المحسوبة ٠,٨٨١ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٣٤٨				

ولتوضـــيح العلاقـــة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة قنوات التليفزيون الوطنية ومستوى التعليم ، تم استخدام كا٢، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٢) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التليفزيون ومستوى التعليم.

خامساً : التساؤلات الخاصة بمشاهدة الفيديو :

- ما مدى مشاهدة الفيديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين المشاهدة والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية ؟

حدود مشاهدة مشاهدى القنوات الفضائية للفيديو :

جدول (٣٣) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدتهم للفيديو .

حدود مشاهدة مشاهدى القنوات الفضائية للفيديو	ك	%
يشاهدون الفيديو دائماً	١٩	٩,٥
يشاهدون الفيديو أحياناً	١٣٤	٦٧,٠
لا يشاهدون الفيديو	٤٧	٢٣,٥
الإجمالى	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٣٣) حدود مشاهدة الأفراد عينة الدراسة للفيديو على النحو التالى :

- أن ٧٦,٥% مـــن الأفراد – عينة الدراسة – يشاهدون بعض المواد على الفيديو كاسيت، منهم من يشـــاهدونه بصـــفة دائمـــة ، وقد بلغت نسبتهم ٩,٥% من إجمالى عينة الدراسة ومنهم أيضاً من يشاهدونه فى بعض الأحيان ، وقد بلغت نسبتهم ٦٧% من إجمالى عينة الدراسة .
- أن نســـبة ٢٣,٥% من الأفراد – عينة الدراسة – لا يشاهدون الفيديو، ويرجع عدم مشاهدتهم له للأسباب التالية:
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية العربية، وكان ذلك بنسبة ٦٣,٨% من جملة من سئلوا.
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ٢٩,٨% من جملة من سئلوا.
  - ضيق الوقت لدى الأفراد عينة الدراسة، وكان ذلك بنسبة ٤,٣% من جملة من سئلوا.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة الفيديو والعوامل الديموجرافية :

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة الفيديو والنوع :

جدول (٣٤) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة الفيديو والنوع .

النوع / مدى مشاهدة الفيديو	ذكور	إناث	الإجمالى	%
دائماً	١٠	٩	١٩	٩,٥
أحياناً	٦٨	٦٦	١٣٤	٦٧,٠
لا	٢٢	٢٥	٤٧	٢٣,٥
الإجمالى	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت ٠,٥٠٥ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٦١٤				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث فى مدى مشاهدتهم للفيديو ، تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٤) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين الذكور والإناث، حيث إن هناك تقاربًا بين الذكور والإناث فى المتوسط الحسابى لمشاهدة الفيديو كما يلي:

- المتوسط الحسابى للذكور ٠,٨٨.
- المتوسط الحسابى للإناث ٠,٨٤.

ويتبين مما سبق أن النسبة الكبرى من الذكور والإناث يشاهدون الفيديو بصفة دائمة أو فى بعض الأحـــيان، وأن نســـبة ضئيلة منهم أيضاً لا يشاهدون الفيديو ، ولا توجد فى ذلك فروق بين الذكور والإناث.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة الفيديو والسن:

جدول (٣٥) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة الفيديو والسن .

السن / مدى مشاهدة الفيديو	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالى	%
دائماً	١١	٥	٣	١٩	٩,٥
أحياناً	٥٨	٥٠	٢٦	١٣٤	٦٧,٠
لا	١٩	١٧	١١	٤٧	٢٣,٥
الإجمالى	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ف ٠,٦٥٠ ، درجتا الحرية ٢، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,٥٢٣					

ولتوضـــيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة فى مدى مشاهدهم للفيديو تم استخدام تحلـــيل التباين ذى البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بيانات الجدول (٣٥) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًا، حيث إن هناك تقاربًا بين الفئات العمرية المختلفة فى المتوسط الحسابى لمشاهدهم للفيديو على النحو التالى :

- أقل من ٣٠ سنة ٠,٩١.
- من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ٠,٨٣.
- ٤٥ سنة فأكثر ٠,٨٠.

(٣) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة الفيديو ومستوى التعليم:

جدول (٣٦) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة الفيديو ومستوى التعليم .

مستوى التعليم / مدى مشاهدة الفيديو	أقل من الجامعي	جامعى فأكثر	الإجمالى	%
دائماً	٥	١٤	١٩	٩,٥
أحياناً	٢١	١١٣	١٣٤	٦٧,٠
لا	٩	٣٨	٤٧	٢٣,٥
الإجمالى	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت ٠,٢٩٩ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٧٦٥				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم ومشاهدة الفيديو تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبـــيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٦) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًا، حيث إن هناك تقاربًا بين المستويات التعليمية فى المتوسط الحسابى لمشاهدهم للفيديو على النحو التالى:

- أقل من الجامعى ٠,٨٩.
- جامعى فأكثر ٠,٨٥.

ومن هنا يتبين أن معظم أفراد العينة يشاهدون الفيديو بصفة دائمة ، أو فى بعض الأحيان ، سواء كان ذلك بين الأفراد فى المستوى التعليمى أقل من الجامعى أو المستوى الجامعى فأكثر .

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو :

جدول (٣٧): توزيع من يشاهدون الفيديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للفيديو.

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو	ك	%
أثرت على مشاهدة الفيديو	١١١	٧٢,٥
لم تؤثرعلى مشاهدة الفيديو	٤٢	٢٧,٥
الإجمالى	١٥٣	١٠٠

توضـــح بيانات الجدول (٣٧) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو لدى الأفراد عينة الدراسة ممن يشاهدون الفيديو على النحو التالى :

- أثـــرت مشاهدة القنوات الفضائية على مشـــاهدة الفيديو لدى الأفراد – عينة الدراسة – بنســـبة ٧٢,٥%، ونـــتج عن هذا التأثير انخفاض معدل مشاهدة الفيديو لدى جميع أفراد العينة ، ممن أثرت مشاهدتهم للقنوات الفضائية على مشاهدتهم للفيديو وعددهم ١١١ مفردة. وتتفق هذه النتيجة مع مـــا توصـــلت إلـــيه إحدى الدراسات[٣٩] التى أوضحت أن مشاهدة القنوات الفضائية أثرت على الـــتعرض للفـــيديو بنســـبة ٦٥,٦%، كذلك أوضحت هذه الدراسة نوع تأثير مشاهدة القنوات الفضـــائية عـــلى التعرض للفيديو وخرجت بنتيجة مفادها : أن المبحوثين – عينة الدراسة – قلت مشاهدتهم للفيديو.
- لم تؤثـــر مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة ٢٧,٥% من إجمالى عينة الدراسة ممن يشاهدون الفيديو.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والنوع:

جدول (٣٨): توزيع من يشاهدون الفيديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للفيديو والنوع .

النوع / تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو	ذكور	إناث	الإجمالى	%
أثرت القنوات الفضائية على الفيديو	٥٦	٥٥	١١١	٧٢,٥
لم تؤثر القنوات الفضائية على الفيديو	٢٢	٢٠	٤٢	٢٧,٥
الإجمالى	٧٨	٧٥	١٥٣	١٠٠
قيمة $كا^2$ المحسوبة ٠,٠٤٥ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٨٣١				

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشـــاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والنوع تم استخدام كا[٢]، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٨) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والنوع.

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والسن:

جدول (٣٩) : توزيع من يشاهدون الفيديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للفيديو والسن .

السن / تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥	٤٥ سنة فاكثر	الإجمالى	%
أثرت القنوات الفضائية على الفيديو	٤٩	٣٦	٢٦	١١١	٧٢,٥
لم تؤثر القنوات الفضائية على الفيديو	٢٠	١٩	٣	٤٢	٢٧,٥
الإجمالى	٦٩	٥٥	٢٩	١٥٣	١٠٠
قيمة كا[٢] المحسوبة ٥,٧٣٣ ، د. ح ٢ ، مستوى المعنوية ٠,٠٥٧					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشـــاهدة القنوات الفضائية على مشـــاهدة الفيديو والسن تم استخدام كا[٢]، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٩) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والسن .

(٣) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو ومستوى التعليم :

جدول (٤٠) : توزيع من يشاهدون الفيديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للفيديو ومستوى التعليم .

مستوى التعليم / مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو	أقل من الجامعي	جامعى فاكثر	الإجمالي	%
أثرت القنوات الفضائية على الفيديو	١٦	٩٥	١١١	٧٢,٥
لم تؤثر القنوات الفضائية على الفيديو	١٠	٣٢	٤٢	٢٧,٥
الإجمالي	٢٦	١٢٧	١٥٣	١٠٠
قيمة كا[٢] المحسوبة ١,٩٠٧ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,١٦٧				

ولتوضـــيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو ومستوى التعليم تم اســـتخدام كا٢، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٤٠) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو ومستوى التعليم.

سادساً: التساؤلات الخاصة بالذهاب إلى السينما:

- ما مدى الذهاب إلى السينما، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الذهاب والعوامل الديموجرافية؟
- مـــا حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

حدود ذهاب مشاهدى القنوات الفضائية للسينما:

جدول (٤١) : توزيع عينة الدراسة بحسب ذهابهم إلى السينما .

حدود ذهاب مشاهدى القنوات الفضائية إلى السينما	ك	%
يذهبون إلى السينما دائما	٢٢	١١,٠٠
يذهبون إلى السينما أحيانا	١٢٥	٦٢,٥
لا يذهبون إلى السينما	٥٣	٢٦,٥
الإجمالى	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٤١) حدود ذهاب الأفراد عينة الدراسة إلى السينما على النحو التالي:

- أن ٧٣,٥% من الأفراد – عينة الدراسة – يذهبون إلى السينما، منهم من يذهب إليها بصفة دائمة وقد بلغت نسبتهم ١١% من إجمالى عينة الدراسة ، ومنهم أيضا من يذهب إليها فى بعض الأحيان وقد بلغت نسبتهم ٦٢,٥% من إجمالى عينة الدراسة.
- أن نســـبة ٢٦,٥% من الأفراد – عينة الدراسة – لا يذهبون إلى السينما، ويرجع عدم ذهابهم إليها للأسباب التالية:
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية العربية، وكان ذلك بنسبة ٦٦,٠% من جملة من سئلوا.
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ٣٤% من جملة من سئلوا.
  - ضيق الوقت لدى الأفراد عينة الدراسة، وكان ذلك بنسبة ٢٠,٨% من جملة من سئلوا.

○ ارتفاع أسعار تذاكر السينما، وعدم ملاءمة دور العرض للعائلات، وكان ذلك بنسبة ٣,٨% من جملة من سئلوا.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى السينما والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى السينما والنوع:

جدول (٤٢) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب إلى السينما والنوع .

مدى الذهاب إلى السينما / النوع	ذكور	إناث	الإجمالى	%
دائماً	١٠	١٢	٢٢	١١,٠٠
أحياناً	٥٧	٦٨	١٢٥	٦٢,٥
لا	٣٣	٢٠	٥٣	٢٦,٥
الإجمالى	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت =-١,٧٩٦ ، د. ح ٣٤٠ و ١٩٦ ، مستوى المعنوية ٠,٠٧٤				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث فى مدى ذهابهم إلى السينما تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٤٢) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين الذهاب إلى السينما والنوع، حيث إن النسبة الكبرى من الذكور والإناث يذهبون إلى السينما إما بصفة دائمة أو فى بعض الأحيان.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى السينما والسن:

جدول (٤٣) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب للسينما والسن .

مدى الذهاب إلى السينما / السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالى	%
دائماً	١٩	٣	–	٢٢	١١,٠٠
أحيانا	٥٨	٤٥	٢٢	١٢٥	٦٢,٥
لا	١١	٢٤	١٨	٥٣	٢٦,٥
الإجمالى	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ف ١٦,٦٤٥ ، درجتا الحرية ٢ ، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,٠٠٠					

ولتوضـــيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة فى مدى ذهابهم إلى السينما تم استخدام تحلـــيل التباين ذى البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هـــذا التحليل على بيانات الجدول (٤٣) عن وجود فروق دالة إحصائيًا بين الفئات العمرية المختلفة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠ لصالح الفئة العمرية الأصغر سنًا (أقل من ٣٠ سنة).

وكان المتوسط الحسابى للذهاب إلى السينما للفئات العمرية المختلفة كما يلى :

- أقل من ٣٠ سنة ١,٠٩ .
- من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ٠,٧١ .
- ٤٥ سنة فأكثر ٠,٥٥ .

ولمعرفة مصدر التباين بين الفئات العمرية المختلفة تم عمل الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوى ، وتبين أن هناك فروقًا دالة إحصائيًا بين الفئة العمرية الأولى (أقل من ٣٠ سنة) والفئتان العمريتان الثانية (من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة) وأن هناك أيضاً فروقًا دالة إحصـــائيًا ، بين الفئة العمرية الأولى وبين الفئة العمرية الثالثة (٤٥ سنة فأكثر) لصالح الفئة الأصغر سنًا. أما الفئتان العمريتان الثانـــية والثالثة فلم تظهر بينهما أية فروق دالة إحصائيًا ويتبين ذلك من قيمة الفرق بين المتوسطين بين كل فئة عمرية وأخرى كما يلي:

- ٠,٣٨ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثانية – مستوى المعنوية ٠,٠٠٠).
- ٠,٥٤ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثالثة – مستوى المعنوية ٠,٠٠٠).
- ٠,١٦ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الثانية والثالثة – مستوى المعنوية ٠,١٤٧).

ومن هنا يتبين لنا أن أفراد الفئة العمرية الأصغر سنًا (أقل من ٣٠ سنة) يذهبون إلى السينما أكثر من الفئة العمرية الأكبر سنًا (٤٥ سنة فأكثر).

(٣) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى السينما ومستوى التعليم:

جدول (٤٤) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب إلى السينما ومستوى التعليم .

مستوى التعليم / مدى الذهاب إلى السينما	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
دائماً	٥	١٧	٢٢	١١,٠٠
أحياناً	١٥	١١٠	١٢٥	٦٢,٥
لا	١٥	٣٨	٥٣	٢٦,٥
الإجمالي	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت –١,٢٤٠ ، د. ح ٤٣,٥٧٨ ، مستوى المعنوية ٠,٢٢٢				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم والذهاب إلى السينما ، تم استخدام اختبار ت، وقد أســفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٤٤) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا، حيث إن هــناك تقاربًا إلى حد ما بين المستويات التعليمية فى المتوسط الحسابي للذهاب إلى السينما على النحو التالى :

- أقل من الجامعى ٠,٧١.
- جامعى فأكثر ٠,٨٧.

ومن هنا ، يتبين أن معظم أفراد العينة يذهبون إلى السينما بصفة دائمة أو فى بعض الأحيان ، سواء كان ذلك بين الأفراد فى المستوى التعليمى أقل من الجامعى والمستوى الجامعى فأكثر.

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما :

جدول (٤٥) : توزيع من يذهبــون إلى الســينما بحسب تأثير مشــاهدة القنوات الفضــائية على ذهابهم إلى السينما .

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما	التكرارات	%
أثرت على الذهاب إلى السينما	٦٢	٤٢,٢
لم تؤثر على الذهاب إلى السينما	٨٥	٥٧,٨
الإجمالى	١٤٧	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٤٥) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما لدى الأفراد – عينة الدراسة – ممن يذهبون إلى السينما على النحو التالى :

- لم تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة ٥٧,٨ % من إجمالى عينة الدراسة.
- أثــرت مشــاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما لدى الأفراد – عينة الدراسة – بنسبة ٤٢,٢%، ونــتج عــن هذا التأثير انخفاض معدل الذهاب إلى السينما لدى جميع أفراد العينة ، ممن أثرت مشاهدتهم للقنوات الفضائية على ذهابهم إلى السينما وعددهم ٦٢ مفردة.

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تاثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والنوع :

جدول (٤٦) : توزيع من يذهبون إلى السينما بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والنوع .

مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما / النوع	ذكور	إناث	الإجمالى	%
أثرت القنوات الفضائية على السينما	٣٠	٣٢	٦٢	٤٢,٢
لم تؤثر القنوات الفضائية على السينما	٣٧	٤٨	٨٥	٥٧,٨
الإجمالى	٦٧	٨٠	١٤٧	١٠٠
قيمة كا^{٢} المحسوبة ٠,٣٤١ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٥٥٩				

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والنوع تم استخدام كا^{٢}، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٤٦) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والنوع.

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والسن :

جـــدول (٤٧) توزيع من يذهبون إلى السينما بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على ذهابهم إلى السينما والسن

مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما / السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالى	%
أثرت القنوات الفضائية على السينما	٢٤	٢٢	١٦	٦٢	٤٢,٢
لم تؤثر القنوات الفضائية على السينما	٥٣	٢٦	٦	٨٥	٥٧,٨
الإجمالى	٧٧	٤٨	٢٢	١٤٧	١٠٠
قيمة كا^{٢} المحسوبة ١٢,٥٠٨ ، د. ح ٢ ، مستوى المعنوية ٠,٠٠٢ ، معامل التوافق ٠,٢٨٠					

ولتوضـــيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والسن تم اســـتخدام كا^{٢} ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٤٧) عن وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والسن، حيث إن نسبة كبيرة من كبار السن (٤٥

ســـنة فأكـــثر) قالوا : إن مشاهدتهم للقنوات الفضائية أثرت على ذهابهم إلى السينما (١٦ مفردة من إجمالى ٢٢ مفردة) ، وكان ذلك بنسبة ٧٢,٧%، بينما نجد أن نسبة أقل من صغار السن (أقل من ٣٠ سنة) قالوا : إن مشاهدتهم للقنوات الفضائية أثرت على ذهابهم إلى السينما (٢٢ مفردة من إجمالى ٧٧ مفردة) وكان ذلك بنسبة ٣١,٢%.

ولقـــياس شدة العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والسن ، تم استخدام معامل التوافق وقد تبين ضعف هذه العلاقة ؛ حيث بلغت قيمة هذا المعامل ٠,٢٨٠.

(٣) مـــدى العلاقـــة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما ومستوى التعليم :

جـــدول (٤٨) : توزيـــع من يذهبون إلى السينما بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على ذهابهم إلى السينما ومستوى التعليم .

مستوى التعليم / مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالى	%
أثرت القنوات الفضائية على السينما	٦	٥٦	٦٢	٤٢,٢
لم تؤثر القنوات الفضائية على السينما	١٤	٧١	٨٥	٥٧,٨
الإجمالى	٢٠	١٢٧	١٤٧	١٠٠
قيمة $كا^2$ المحسوبة ١,٤٠٧ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٢٣٥				

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما ومستوى التعليم تم اســـتخدام $كا^2$، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٤٨) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما ومستوى التعليم.

سابعاً: التساؤلات الخاصة بالذهاب إلى المسرح:

- ما مدى الذهاب إلى المسرح، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الذهاب والعوامل الديموجرافية؟
- مـــا حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

حدود ذهاب مشاهدى القنوات الفضائية إلى المسرح:

جدول (٤٩) : توزيع عينة الدراسة بحسب ذهابهم إلى المسرح .

حدود ذهاب مشاهدى القنوات الفضائية للمسرح	ك	%
يذهبون إلى المسرح دائماً	٤	٢
يذهبون إلى المسرح أحياناً	٩٦	٤٨
لا يذهبون إلى المسرح	١٠٠	٥٠
الإجمالى	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٤٩) حدود ذهاب الأفراد عينة الدراسة إلى المسرح على النحو التالى :

- أن نسـبة ٥٠,٠ من الأفراد عينة الدراسة يذهبون إلى المسرح، منهم من يذهب إليه بصفة دائمة ، وقد بلغت نسبتهم ٢% من إجمالى عينة الدراسة ، ومنهم أيضا من يذهب إليه فى بعض الأحيان ، وقد بلغت نسبتهم ٤٨% من إجمالى عينة الدراسة.
- أن نسـبة ٥٠% من الأفراد عينة الدراسة لا يذهبون إلى المسرح، ويرجع عدم ذهابهم إليه للأسباب التالية:
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية العربية، وكان ذلك بنسبة ٤٥% من جملة من سئلوا.
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ١٩%.
  - ارتفاع أسعار التذاكر ، وكان ذلك بنسبة ٢٩%.
  - ضيق الوقت لدى الأفراد عينة الدراسة، وكان ذلك بنسبة ١٤% من جملة من سئلوا.
  - إن المسرح غير جاد وغير مناسب، وكان ذلك بنسبة ٢٠% من جملة من سئلوا. هذا بالإضافة إلى صعوبة الذهاب إلى المسرح فى غالبية الأحيان.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى المسرح والعوامل الديموجرافية :

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى المسرح والنوع :

جدول (٥٠) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب إلى المسرح والنوع .

النوع / مدى الذهاب إلى المسرح	ذكور	إناث	الإجمالى	%
دائماً	٢	٢	٤	٢
أحياناً	٤٣	٥٣	٩٦	٤٨
لا	٥٥	٤٥	١٠٠	٥٠
الإجمالى	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت -١,٣١٣ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,١٩١				

ولتوضـــيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث فى مدى ذهابهم إلى المسرح تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٥٠) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذهاب إلى المسرح والنوع، حيث إن هناك تقاربًا بين معدلات الذهاب إلى المسرح- بصفة دائمة أو فى بعض الأحيان – بين الذكور والإناث، كما أن هناك تقاربًا أيضاً بينهم فى معدل عدم الذهاب إلى المسرح.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى المسرح والسن:

جدول (٥١) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب إلى المسرح والسن .

السن / مدى الذهاب إلى المسرح	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالى	%
دائماً	٢	٢	–	٤	٢
أحياناً	٤٢	٣٢	٢٢	٩٦	٤٨
لا	٤٤	٣٨	١٨	١٠٠	٥٠
الإجمالى	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ف ٠,١١١ ، درجتا الحرية ٢ ، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,٨٩٥					

ولتوضـــيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة فى مدى ذهابهم إلى المسرح تم استخدام تحلـــيل التباين ذى البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بيانات الجـــدول (٥١) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذهاب إلى المسرح والسن ؛ حيث إن هناك تقاربًا بين الفئات العمرية المختلفة فى المتوسط الحسابى لذهابهم إلى المسرح على النحو التالى:

- أقل من ٣٠ سنة ٠,٥٢.
- من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ٠,٥٠.
- ٤٥ سنة فأكثر ٠,٥٥.

(٣) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى المسرح ومستوى التعليم:

جدول (٥٢) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب إلى المسرح ومستوى التعليم .

مستوى التعليم / مدى الذهاب إلى المسرح	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
دائماً	–	٤	٤	٢
أحياناً	١٥	٨١	٩٦	٤٨
لا	٢٠	٨٠	١٠٠	٥٠
الإجمالي	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت = ١,١٠٤ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٢٧١				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم والذهاب إلى المسرح تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٥٢) عن عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين الذهاب إلى المســرح ومســتوى التعليم، حيث إن هناك تقاربًا إلى حد ما بين المستويات التعليمية فى المتوسط الحسابى للذهاب إلى المسرح على النحو التالى :

- أقل من الجامعى ٠,٤٣.
- جامعى فأكثر ٠,٥٤.

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح:

جـــدول (٥٣) : توزيـــع من يذهبون إلى المسرح بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح .

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح	ك	%
أثرت على الذهاب إلى المسرح	٣٧	٣٧
لم تؤثر على الذهاب إلى المسرح	٦٣	٦٣
الإجمالى	١٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٥٣) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح لدى الأفراد عينة الدراسة ، ممن يذهبون إلى المسرح على النحو التالى:

- لم تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح لدى الأفراد – عينة الدراسة – بنسبة ٦٣ % من إجمالى عينة الدراسة.

■ أثرت مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة ٣٧%، ونتج عن هذا التأثير انخفاض معدل الذهاب إلى المسرح لدى جميع أفراد العينة ، ممن أثرت مشاهدهم للقنوات الفضائية على ذهابهم إلى المسرح وعددهم ٣٧ مفردة.

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والنوع :

جـــدول (٥٤) : توزيـــع من يذهبون إلى المسرح بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والنوع .

النوع / مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح	ذكور	إناث	الإجمالي	%
أثرت القنوات الفضائية على المسرح	١٤	٢٣	٣٧	٣٧,٠
لم تؤثر القنوات الفضائية على المسرح	٣١	٣٢	٦٣	٦٣,٠
الإجمالي	٤٥	٥٥	١٠٠	١٠٠
قيمة كا٢ المحسوبة ١,٢١٧ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٢٧٠				

ولتوضـــيح العلاقـــة بـــين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والنوع ، تم اســـتخدام كا٢، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٥٤) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والنوع.

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والسن:

جـــدول (٥٥) : توزيـــع من يذهبون إلى المسرح بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على ذهابهم إلى المسرح والسن .

السن / مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالي	%
أثرت القنوات الفضائية على المسرح	١٧	١٢	٨	٣٧	٣٧,٠
لم تؤثر القنوات الفضائية على المسرح	٢٧	٢٢	١٤	٦٣	٦٣,٠
الإجمالي	٤٤	٣٤	٢٢	١٠٠	١٠٠
قيمة كا٢ المحسوبة ٠,٠٩٧ ، د. ح ٢ ، مستوى المعنوية ٠,٩٥٣					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والسن تم استخدام كا^2 وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٥٥) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والسن.

(٣) مـــدى العلاقـــة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح ومستوى التعليم :

جـــدول (٥٦) : توزيـــع من يذهبون إلى المسرح بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على ذهابهم إلى المسرح ومستوى التعليم .

مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح / مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
أثرت القنوات الفضائية على المسرح	٥	٣٢	٣٧	٣٧,٠٠
لم تؤثر القنوات الفضائية على المسرح	١٠	٥٣	٦٣	٦٣,٠٠
الإجمالي	١٥	٨٥	١٠٠	١٠٠
قيمة كا^2 المحسوبة ٠,١٠٢ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٧٥٠				

ولتوضـــيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح ومستوى التعلـــيم تم استخدام كا^2 ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٥٦) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح ومستوى التعليم.

الاستخلاصات العامة للبحث ومناقشة أهم النتائج:

أولاً: التعرض للقنوات الفضائية:

- يشـــاهد الأفـــراد عينة الدراسة القنوات الفضائية العربية والأجنبية، وقد احتلت بعض المواد المراتب الأولى من حيث معدلات مشاهدة الجمهور لها ، على النحو التالى :
  - الأفلام والمسلسلات العربية والأجنبية.
  - الأخبار والبرامج الإخبارية.
  - الأغانى والمنوعات.
- هناك عدة أسباب تدفع الجمهور إلى مشاهدة القنوات الفضائية ، وهي:
  - تقديم الأفلام والمسلسلات الجديدة.

- o التغطية الإخبارية المتميزة ، ونقل الأحداث لحظة وقوعها.
- o تقديم الأغاني والمنوعات الجديدة والمتميزة.
- o الجرأة والتعمق في مناقشة الموضوعات المختلفة.
- o الابتكار والتنوع في أساليب تناول الموضوعات.

ومـــن هنا يتبين أن الجمهور يقبل على مشاهدة القنوات الفضائية التي تقدم له المواد الجديدة التي تلفت انتباهه ، والتي تتميز بالتنوع والجودة والمعالجة المتعمقة لمختلف الموضوعات ؛ فالجمهور في عصر السموات المفتوحة يبحث عن التنوع والابتكار والحداثة وعناصر الجذب المختلفة في المواد التي تقدم له؛ حيث يعتبر التنوع في الكيف والكم من العوامل التي تجذب المشاهدين في القنوات الفضائية.

ثانيًا: التعرض لوسائل الاتصال الوطنية:

- ٩٦% مـــن الأفراد عينة الدراسة ، يقرأون الصحف إما بصفة دائمة أو في بعض الأحيان ، وتعتبر الفئة العمرية الأكبر سنًا (٤٥ سنة فأكثر) من أكثر الأفراد الذين يقرأون الصحف.
- ٦٦,٥% من الأفراد عينة الدراسة ، يستمعون إلى الراديو إما بصفة دائمة ، أو في بعض الأحيان ، وتعتبر الفئة العمرية الأكبر سنًا (٤٥ سنة فأكثر) من أكثر الأفراد الذين يستمعون إلى الراديو.
- ٩٧% من الأفراد عينة الدراسة ، يشاهدون التليفزيون إما بصفة دائمة أو في بعض الأحيان.
- ٧٦,٥% من الأفراد عينة الدراسة ، يشاهدون الفيديو إما بصفة دائمة أو في بعض الأحيان.
- ٧٣,٥% مـــن الأفراد عينة الدراسة يذهبون إلى السينما ، وتعتبر الفئة العمرية الأصغر سنًا (أقل من ٣٠ سنة) من أكثر الأفراد الذين يذهبون إلى السينما .
- ٥٠% من الأفراد عينة الدراسة يذهبون إلى المسرح.
- هناك عدة أسباب تدفع الأفراد عينة الدراسة ، للاستمرار في تعاملهم مع وسائل الاتصال الوطنية ، على الرغم من تعدد البدائل المتاحة أمامهم من القنوات الفضائية . ومن أهم هذه الأسباب ما يلي:
  - o الحصـــول عـــلى معلومات أكثر دقة ووضوحاً عن كافة الأحداث المحلية، حيث تعتبر وسائل الاتصال الوطنية مصادر مهمة للمعلومات والأخبار.
  - o الاعـــتماد على وسائل الاتصال الوطنية أثناء الأزمات ، حيث تأتي هـــذه الوسائل في مقدمة المصادر الإعلامية التي يلجأ إليها الجمهور ، لتعرف وجهات نظرها بشأن الأزمات ، وهـــذا

مـــا أكدته بعض الدراسات[٤٠] التى أشارت إلى تفوق الصحافة والراديو والتليفزيون كمصادر يعتمد عليها الجمهور أثناء الأزمات.

- الاعتماد على وسائل الاتصال الوطنية للحصول على المعلومات عن القضايا المجتمعية.
- مشاهدة المباريات غير المذاعة على الفضائيات.

ومن هنا ، يتبين أن هناك قدرًا كبيرًا من الاستمرارية لدى الأفراد عينة الدراسة ، بالنسبة لتعاملهم مـــع وسائل الاتصال الوطنية ؛ حيث تعتبر هذه الوسائل من أهم المصادر التى يحصل من خلالها الأفراد على المعلومات والأخبار عن الأحداث المحلية، وقد أوضحت إحدى الدراسات[٤١] أن دافع مراقبة البيئة المحلـــية ، ومعرفة التوجه الرسمى للدولة تجاه الأحداث المحلية والدولية يأتى على رأس قائمة دوافع أفراد العينة للاستماع إلى الراديو ومشاهدة التليفزيون .. كذلك أكدت هذه الدراسة أهمية الصحف الوطنية أيضاً كمصدر للمعلومات والأخبار.

- وأيضـــاً ، هناك عديد من الدوافع لاستخدام الفيديو ، من أهمها : رغبة المبحوثين فى تسجيل بعض المواد المفضـــلة لديهم لمشاهدتها مرة أخـــرى فى الأوقات الملائمة لهم . أما عن السينما فـــإن المبحوثين يذهبون إليها من أجل متعة الخروج من المنـــزل ، ومن باب التغيير والترفيه، وكذلك يذهب الأفراد إلى المسرح لمتعة المشاهدة الحية للأحداث الدرامية داخل المسرح.

وهكـــذا يتضح وجود تأثير لمشاهدة القنوات الفضائية على التعامل مع وسائل الاتصال الوطنية ، ولكن هذا التأثير لم يلغ علاقة الأفراد عينة الدراسة بهذه الوسائل .

ثالثاً : تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال الوطنية :

١- أثـــرت مشـــاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال الوطنية، حيث انخفضت معدلات قراءة الصحف والاستماع إلى الراديو ومشاهدة التليفزيون والفيديو والذهاب إلى السينما والمسرح.

٢- تفاوتـــت نسبة تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على جمهور وسائل الاتصال الوطنية ، على النحو التالى :

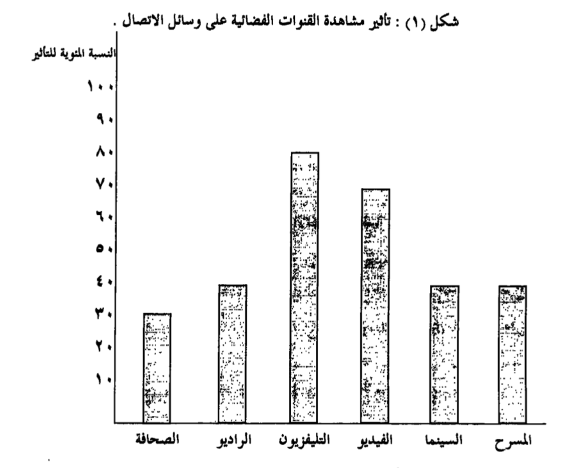
- أثرت الفضائيات على مشاهدة التليفزيون لدى ٧٩,٤% من المبحوثين.
- أثرت الفضائيات على مشاهدة الفيديو لدى ٧٢,٥% من المبحوثين.
- أثرت الفضائيات على الاستماع إلى الراديو لدى ٤٢,٩% من المبحوثين.

- أثرت الفضائيات على الذهاب إلى السينما لدى ٤٢,٢% من المبحوثين.
- أثرت الفضائيات على الذهاب إلى المسرح لدى ٣٧% من المبحوثين.
- أثرت الفضائيات على قراءة الصحف لدى ٣٥,٩% من المبحوثين.

ويتضح مما سبق ، أن التليفزيون والفيديو من أكثر الوسائل التى تأثرت بمشاهدة القنوات الفضائية، بينما تعتبر الصحف من أقل الوسائل التى تأثرت بهذه المشاهدة، حيث إن الصحافة المطبوعة تمتاز بمرونة، سواء فى أشكال القـــراءة أم فى توقيتها ، ولا تزال الصحافة المطبوعة تتمتع بمزايا خاصة تنفرد بها حتى فى عصـــر الصـــحافة الإلكترونية، ولهذه الأسباب لا يمكن أن يستغنى الجمهور عن قراءة الصحف أيا كانت المنافسة والتحديات فى عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

ويوضح الشكل التالى (١) تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال.

شكل (١) : تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال .



وعـــلى الرغم من تأثير مشـــاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال الوطنية ، إلا أن نتائج هـــذه الدراســـة تعكس مدى قوة العلاقة التى تنشأ بين الوسيلة وجمهورها ، بحيث يصعب أن تصرف وسيلة جديدة الجمهور كلية عن وسيلة أخرى تشبع احتياجاته ، هذا إلى جانب اختلاف ما تقدمه كل وســـيلة مـــن مواد وفقرات. وهناك عديد من الكتابات والدراسات[٤٢] التى تؤكد هذه النتيجة ؛ فمن المعروف أن الراديو حينما ظهر لم ينجح فى القضاء على الصحافة، بل كيفت الصحافة نفسها لمواجهة ظهـــور الـــراديو، كذلك حينما ظهر التليفزيون بعد الحرب العالمية الثانية كيفت الصحافة نفسها مرة أخرى، وفى الوقت نفسه لم يستطع التليفزيون أن يحل محل الصحف ، ولم ينجح فى التأثير على المجلات الراقـــية أو المجلات السياسية التى تضاعف توزيعها منذ ظهور التليفزيون. ومنذ عقد الثمانينيات ومع ظهور وسائل الاتصال الجديدة التى تم إنتاجها وتطويرها مثل : أجهزة الكومبيوتر التى أصبحت متواجدة فى كل بيت تقريباً ظهرت إلى الوجود الصحافة الإلكترونية . وعلى الرغم من ظهورها ، فإن الجمهور لا يمكـــن أن يستغنى عن الصحافة المطبوعة التى كانت ولا تزال ضرورية لسد حاجة الناس إلى المعرفة والمعلومـــات. وحينما ظهر الفيديو لم يقض على التليفزيون، حيث ظلت الجماهير تشاهد التليفزيون ســـواء كان ذلك بصفة منتظمة أم من وقت لآخر ؛ من أجل متابعة بعض البرامج المفضلة والمتميزة ، حيث يزخر التليفزيون المصرى بتقديم نوعيات كثيرة من البرامج والفقرات التى تختلف من حيث الشكل والمضـــمون ، والتى تبث عبر قنواته المختلفة. وبعد ظهور الفيديو أيضاً لم يمتنع الناس عن الذهاب إلى الســـينما والمســـرح أيضاً. وهكذا .. فإن الجمهور يتعرض للوسيلة التى تشبع احتياجاته، ولذلك فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات[٤٣] يهتم بأسباب اختيار الجمهور متابعة وسيلة معينة بصفة عامة ، وكذلك أسباب اختيار أفراد الجمهور لقنوات وسائل اتصال ومحتواها بصفة خاصة. ومن هنا ، فإن هذا المدخل ينظر إلى الجمهور على أنه جمهور نشط وإيجابى يسعى إلى إشباع احتياجاته.

توصيات الدراسة :

فى ظـــل عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، وفى ظل التحديات التى تواجه وسائل الاتصال الوطنـــية نتـــيجة لـــتدفق المضمون المثير والمتنوع والجذاب من خلال ما تبثه القنوات الفضائية العربية والأجنبية ، تنبع توصيات هذه الدراسة على النحو التالى :

- لابـــد أن تضـــاعف وسائل الإعلام الوطنية من دورها فى إعلام وتعليم وتثقيف وتوعية الجمهور ، خاصة الأطفال والشباب وإعدادهم للمستقبل ، بحيث تكون لهم ثقافتهم العربية التى تتفاعل مع العالم المنفتح على الحضارات المتنوعة.

- لابد من إحداث تطوير فى مضمون وشكل البرامج ، التى تبث من خلال وسائل الاتصال الوطنية ، حتى تستطيع الاحتفاظ بجمهورها ، وتشبع احتياجاته المتنوعة ، حتى لا يلهث وراء البحث عن هذه الاحتياجات فى القنوات الأجنبية ، عن طريق تقديم نوعيات جيدة من البرامج ، بحيث تكون قادرة على منافسة المضمون الذى يأتى من الخارج.
- لابـــد من توفير الإمكانات اللازمة لرفع كفاءة وسائل الاتصال الوطنية ، حتى تستطيع تغطية كافة الأحداث السريعة والمتلاحقة.

المراجـع :

١- انشراح الشال . قنوات للتليفزيون فضائية فى عالم ثالث . القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٩٣ .

٢- ســوزان القليني . اتجاهات المشاهدين المتحدثين بالفرنسية نحو القناة الفرنسية الدولية : دراسة تحليلية وميدانية . مجلة كلية التربية بدمياط . العدد ١٩، ١٩٩٣ .

٣- انشراح الشال . بث وافد على شاشات التليفزيون . القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٩٤ .

٤- عــاطف العبد . استطلاع رأى أبناء الجالية المصرية بسلطنة عمان حول القناة الفضائية المصرية . فى : دراسات فى الإعلام الفضائى . القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٩٥ .

٥- عــاطف العــبد وفوزية العلى . عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية لطلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة . فى : دراسات فى الإعلام الفضائى . القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٩٥ .

٦- هــبة شــاهين . "استخدامات الجمهور فى مصر للشبكة الإخبارية المصرية CNE : دراسة ميدانية" . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٩٩٦ .

٧- أمــانى فهمــى . دوافــع استخدام المرأة المصرية لقنوات التليفزيون الدولية وإشباعاتها . المجلة المصرية لبحوث الإعلام – العدد الثاني، ١٩٩٧ .

٨- جــيهان يســرى . اســتخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها . مجلة البحوث الإعلامية . جامعة الأزهر . العدد الثامن، ١٩٩٨ .

٩- ســوزان القلــينى . استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية فى عصر العولمة : دراسة مقارنة بين القنوات العربــية والأجنبــية . فى : المؤتمــر العلمى الأول لقسم الدراسات الإعلامية . مجلة البحوث والدراسات العربية . العددان ٣١، ٣٢، يوليو – ديسمبر، ١٩٩٩ .

١٠- انشراح الشال . الدش والعولمة فى قرية ماكلوهان الإلكترونية – جدة : دار حافظ للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠ .

١١- انشراح الشال . وسائل الإعلام فى إطار سيسيولوجية وقت الفراغ: دراسة ميدانية على عينة من سكان المنطقة العربية بالمملكة العربية السعودية . الطبعة الثانية . جدة : دار حافظ للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠ .

12- Kilani, Hanan . "Usage of the International Channels Via direct Broadcasting Satellite in Egypt : Case Study on a Sample of Egyptian Users in Greater Cairo" . A Doctoral Dissertation Submitted in the Fulfillment of the Requirements for the Degree of Ph .D . Faculty of Mass Communication, Radio and Television Department, Cairo, University, 2000 .

١٣- ســلوى إمام على . أنماط مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية . فى : المؤتمر العلمى السنوى السابع . . الإعلام وحقوق الإنسان العربى . القاهرة : كلية الإعلام – جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠١ .

١٤- هبة شاهين . استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية ميدانية" . رسالة دكتوراه غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠١ .

١٥- عائشـــة بنت سعيد الغابشى . "استخدام المرأة العمانية لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة" . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٢ .

١٦- محمـــد عـــبدالوهاب الفقـــيه . "العلاقـــة بين الاعتماد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضـــوعات الإخـــبارية فى المجـــتمع اليمنى" . رسالة دكتوراه غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٢ .

١٧- مصـــطفى حمدى أحمد . "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها : دراسة مسحية مقارنة على عينة من المراهقين فى المنيا والقاهرة" . رسالة ماجستير غير منشورة . المنيا : كلية الآداب قسم الإعلام - جامعة المنيا . ٢٠٠٢ .

١٨- هـــناء كمـــال أبو اليزيد . "فعالية برامج قناة النيل التعليمية المتخصصة الموجهة إلى تلاميذ شهادة إتمام التعليم الأساســـى : دراســـة ميدانية على عينة من التلاميذ والمدرسين" . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٣ .

١٩- صـــفا فـــوزى عـــلى . علاقة الطفل المصرى بوسائل الاتصال الإلكترونية : دراسة على عينة من أطفال الريف والحضر بين ١٢-١٨ سنة . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام- جامعة القاهرة، ٢٠٠٣ .

٢٠- لمـــى العـــبد . علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية العربية . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة: كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٣ .

٢١- خـــالد صلاح الدين . اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة فى مصر. فى : المؤتمر العـــلمى السنوى التاسع . أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣ .

٢٢- عـــادل عـــبدالغفار . استخدام الصفوة إلى الراديو والتليفزيون المحلى والدولى . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ١٩٩٥ .

٢٣- ســـوزان القلـــينى . مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون فى وقت الأزمات : دراسة حالة على حادث الأقصر . المجلة المصرية لبحوث الإعلام . العدد الرابع، ديسمبر ١٩٩٨ .

٢٤- محمـــد نبيل طلب . تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية : دراسة ميدانية مقارنة فى ريف وحضر محافظتى القاهرة والمنيا . مجلة كلية الآداب: الزقازيق : كلية الآداب - جامعة الزقازيق . العدد الثانى والعشرون، أكتوبر ١٩٩٨ .

٢٥- الســـيد بهنســـى حسن . مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات : دراسة ميدانية على طلاب الجامعات . المجلة المصرية لبحوث الرأى العام . العدد الرابع، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٠٠ .

٢٦- عـــبدالرحمن الشـــامى . "استخدامات القنوات التليفزيونية المحلية والدولية .. الدوافع والإشباعات : دراسة ميدانـــية على عينـــة من الجمهور اليمنى . رسالة دكتوراه غير منشـــورة . القاهرة : كلية اللغة العربية - جامعة الأزهر ، ٢٠٠٢ .

٢٧- ديـــنا أحمد عرابى . "دور وسائل الإعلام المحلية والدولى فى تشكيل المعرفة لدى الجمهور فى ظل العولمة . رسالة دكتوراه غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٢ .

28- Language in the Age of Satellite Television . European Journal of Communication . Vol .4, 1989 . p . 133 .

٢٩- جيهان يسرى . مرجع سابق . ص١٨٧ .

٣٠- دينا أحمد عرابى . مرجع سابق . ص٢٥٦، ص٢٥٨ .

31- Berkowitz, d . & Pritchard, O ., . Political Knowledge and Communication Resources, Journalism Quarterly . Vol .60, No .3, 1989, pp .697-701 .

32- Stroman, C . & Seltzer, R ., . Mass Media Use and Knowledge of Aids, Journalism Quarterly . Vol .60, No .8, 1989, p .881 .

٣٣- عادل عبدالغفار . مرجع سابق . ص٩٤ وص٩٦ .

٣٤- محمد نبيل طلب . مرجع سابق . ص٣٨٦ .

٣٥- هبه شاهين . "استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية ميدانية . مرجع سابق . ص٣٠٠ .

- انشـــراح الشـــال . وسائل الإعلام فى إطار سسيولوجية وقت الفراغ : دراسة ميدانية على عينة من سكان المنطقة العربية بالمملكة العربية السعودية . مرجع سابق .

- جيهان يسرى . مرجع سابق . ص١٨٧ .

٣٦- عادل عبدالغفار . مرجع سابق . ص٩٨ .

٣٧- عبدالرحمن محمد الشامى . مرجع سابق .

٣٨- محمد نبيل طلب . مرجع سابق . ص٣٩٩ .

- هبة شاهين . "استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية ميدانية . مرجع سابق . ص ص٣٠١-٣٠٢ .

٣٩- انشراح الشال . وسائل الإعلام فى إطار سسيولوجية وقت الفراغ : دراسة ميدانية على عينة من سكان المنطقة العربية بالمملكة العربية السعودية . مرجع سابق .

٤٠- سوزان القليني . **مدى اعتماد الصفوة المصـــرية على التليفزيون فى وقت الأزمات** : دراســـة حالة على حادث الأقصر . مرجع سابق .

- السيد بهنسى حسن . مرجع سابق .

- Robinson, John P . & Davis, Dennis K ., . Television News and The Informed Public : An Information - Processing Approach . Journal of Communication . Vol .40, No .3, Summer, 1990 .

٤١- عادل عبدالغفار . مرجع سابق .

٤٢- جيهان رشـــتى . **الأسس العلمية لنظريات الإعلام** . القاهرة : دار الفكر العـــربى . دون تاريخ، ص٣٦٠ .

- انشراح الشال . **وسائل الإعلام فى إطار سسيولوجية وقت الفراغ** : دراسة ميدانية على عينة من سكان المنطقة العربية بالمملكة العربية السعودية . مرجع سابق .

43- Wermer J . Severin, James W . Tankard, Jr ., . Communication Theories : Origins, Methods, and Uses in the Mass Media . 3rd . ed . 1991, Pp . 272-273 .

الفضائيات العربية والتجارب الدولية في الدمج الاقتصادى (الأثر على المحتوى)

أ. د. حسن عبيد(*)

تمهيد

تتناول هذه الورقة بعض تجارب الدمج لشركات إعلامية، ومجموعات دولية، وتهدف جميعها إلى الربح، ولكن هناك الأهداف الإعلامية، والرسائل ذات المحتوى والدلالة .

هناك أيضًا التوجهات الثقافية التى كانت نتيجة طبيعية للعولمة فى مجال الإعلام وفى مجال الثقافة ...

تُعرِّف الدراسة بعض المفردات الخاصة بالدمج الاقتصادى وأهدافه، وتنتهى إلى عدد من الدروس التى يجب وضعها أمام صانعى القرار فى الإعلام العربى، حتى يتيسر لنا فى ظل الكفاءات العلمية والعملية الممتازة والرائدة التى تحتفل بها مصر، أن تقف على جانب من الريادة الإعلامية، وفى الوقت نفسه المحتوى الجيد، والآلية ذات التكلفة العادلة ...

هذا وبالله التوفيق ، فى إعداد علمى جيد على أسس تكنولوجية جديدة فى مسيرة إعلامية رائدة ذات المضمون العربى أى التوجه العربى ، الذى لا يفتح النوافذ فحسب لينهل المتلقى وليتعلم ، وأيضًا لتبقى الهوية العربية هى الأساس .

(*) أستاذ كلية الاقتصاد والعلوم السياسية – جامعة القاهرة .

خطة البحث

١- المفردات الاقتصادية للدراسة .

٢- الدمج الاقتصادى للفضائيات :

٢-١ الدمج : المعنى والأهداف .

٢-٢ آليات الدمج .

٣- التجارب العالمية فى الدمج بين الفضائيات :

٣-١ الدمج الفعلى .

٣-٢ التحالفات .

٤- الدروس المستفادة للإعلام العربى :

٤-١ مقدمة .

٤-٢ البنود المستفادة .

١- المفردات الاقتصادية فى إنتاج الفضائيات

مـــن الطبـــيعى أن تكـــون مـــادة البحث فى تأثير الفضائيات العـــربية على مجتمعاتها ، أو على مشاهديها بصفة عامة، وتأثيرها بمتغيرات العصر، إنما ينصب على المحتوى الإعلامى Content.

ويمكـــن تعـــريف المنـــتجات الإعلامية، أو المحتويات التى تبثها الفضائيات العربية بأنها مخرجات Outputs، أى مـــا ينتج عن الجهد الإعلامى الجماعى، من فنيين، ومبدعين، ومراسلين، وكلهم من محترفى العمل فى المجال الإعلامى، وهنا يدخل الجانب الاقتصادى بشكل مباشر. وهذه المنتجات يلزمها بالطبع مدخلات Inputs، وهنا تجتمع وجوه كثيرة، بدءًا من كتابة المادة الإعلامية، وإعدادها، سواء فى صـــورة برنامج أم دراما ، أو تعليق على صور مرئية، ثم إخراجها، امتدادًا إلى الفراغات الممكنة فى قمر صناعى[1] معين، ووضع الفضائية فى مدار محدد ، كل هذه المدخلات تمثل جانب التكلفة.

قـــد تغطى هذه التكلفة عائد تسويق المنتجات الإعلامية تجاريًّا، وقد يتم التمويل بشكل سيادى حين تكون الحكومة هى المالكة لفضائية معينة، وتهدف من وراء البث إلى تحقيق غايات أساسية ترتبط بتوجـــيهات تلك الحكومة المالكة Governmental Orientation ، وقد يكون تمويل التكلفة من جانب أن تتيح الفضائية – إلى جانب موادها الإعلامية Entertainment – مساحة تجارية للإعلانات فى شكل فواصل بين الدمج، أو مساحة تجارية أخرى، حين ترتبط مجموعة الدمج باتصالات هاتفية أو إلكترونـــية، وتشـــترك فـــيها القناة فى تحصيل العائد ، **ومن ثم فإن المفردات الاقتصادية للفضائيات الإعلامية ، يمكن تقسيمها إلى جانبين :**

الجانـــب الأول : (Soft)[2] أو الإبـــداع البشرى الذى يتصل مباشرة بالعمليات الإعلامية، أى بالإنـــتاج الإعلامـــى ذاتـــه، وآليات إعداده، بمعنى أن تتصل بالمحتوى Content ، حيث يدخل هنا الاقتصـــــاد والإبداع ، والحرفية الإعلامية Profissional Media Creativity Economy، ويمثل ذلك ثلاثية مهمة فى جانب ما نسميه – الجهد البشرى المبدع Soft Efforts.

أما الجانب الثانى : وهو جانب Hard، وهو المتعلق بالآليات التى تنفذ بث المنتجات الإعلامية إلى مشـــاهديها، أو مستمعيها، أو قرائها ... وتبدأ آليات البث من حيث انتهى جانب الإبداع فى الكتابة والإعداد وتصميم الإخراج (ليس الإخراج ذاته، لأن عملية الإخراج Dezinig ، وكتابته قبل تنفيذه هذا فقط المتعلق بجانب الإبداع) .

هنا يدخل الجانب الاقتصادى والفنى[٣]، Economic and Technical ، من حيث :

- تكلفة إنشاء القناة (التكلفة الرأسمالية، وتكلفة التشغيل).
- إعداد الكوادر الفنية والإعلامية اللازمة لعملها.
- تكلفة وضع القناة فى مدار فضائى، أو بثها عن طريق آخر Cables.
- هذا إلى جانب عدد من التكاليف الثابتة الأخرى، الخاصة بإعداد المبانى، وتجهيزها، والتأمين عليها.

وعليه ، فإن عملية إنشاء الآليات (Hard) تدخل فيها مجموعة من العناصر التى تحفل بها الدورة الاقتصادية :

- شركات إنتاج إعلامى.
- تقنيات فنية خاصة بالمخرجات الإعلامية.
- أستوديوهات لمباشرة الإنتاج.
- شركة أقمار صناعية (أو هيئة عامة تدير الكابلات Cables).
- مجموعات أخرى لاستكمال توصيل الخدمة لمستهلكيها، أو لتحصيل العائد المنتظر، مثل الشركات التى تسوق آليات الاستقبال Receivers وشركات الوسطاء التى تستقبل المواد المشفرة من الأقمار الصناعية ، ثم تبيع امتياز المشاهدة فى أشكال مختلفة، مثل الكروت الذكية Intellectual Cards.

وعـــلى ذلـــك ، فـــإن Software فى تحليلنا ينصرف إلى الاقتصاديات المتصلة بالإبداع، بينما Hardware يتصل بالشكل المؤسسى المنشىء والمنفذ للآليات Institutional Form، وهى سلسلة شركات متكاملة ومتصلة.

والتســـاؤل : هل تختلف تلك المفردات الاقتصادية فى الإنتاج الإعلامى عن تلك المفردات فى أى إنتاج آخر؟

والـــرد هـــنا بالإيجاب[٤] حيث إن إنتاج السلع والخدمات ، يتكلف تكاليف رأسمالية Capital، وتكاليف جارية Current.

أما تلك المتعلقة بالإنشاء والتشييد (الرأسمالية) Overhead، فإنها تتعلق بنصيب الوحدة المنتجة، مـــن إجمـــالى ما تم إنفاقه على البنى الأساسية للمؤسسة أو للشركة، أو للهيئة، بينما الجارية فهى تلك المتصلة بمستلزمات وأجور، ونفقات طاقة لإنتاج المخرجات.

أما فى حالة الإنتاج الإعلامى، فإن Hard، أو مجموعة المؤسسات المتكاملة، تعد هذه المؤسسات، منـــتجة للآلـــيات تهيئ تشغيل القناة الفضائية، إذًا هذه الآليات منتجات جارية لهذه المؤسسات ، التى تعيـــنها Overhand ؛ ذلك أن القناة الفضـــائية ذاتها إنما هى شاشـــة عرض لمواد إعلامية، التى تعد لهـــذه المؤسسات (منتجًا نهائيًا) ، وهذه الشاشة ذاتها هى منتج وسيط أيضًا فى عملية إخراج المنتجات الإعلامـــية أو المحتويات Contents، ومن ثم يصعب فى العمل الإعلامى فى مجموعة الفصل بين ما هو متصـــل بالعملـــيات الرأسمالية، وما هو متصل بالعمليات الجارية، وإنما الأفضل أن نصل بين الجانب الاقتصـــادى والإعلامى والفنى فى منظومة واحدة يجرى تقسيمها بين Soft, Hard ، أو بين آليات، محـــتويات. فيشـــمل الـــ Hard على التكاليف اللازمة لوصول البث، Spreading، وتشمل الثانية تكالـــيف محتويات البث Spreading of Contents، وعليه يمكن التمييز بين Soft Cost , Hard Cost . وعلى الرغم من العلاقة بينهما، إلا أنهما لا يدخلان فى منظومة ربح واحدة، فمثلاً:

- أستوديو الإنتاج الإعلامى له منظومة ربحية ، من العائد الإجمالى لتشغيل معدات الصوت والصورة والإنارة مخصومًا منها تكاليف التشغيل.
- الأقمار الصناعية لها منظومة ربحية حسب سعة كل قمر، ومدى استيعابه للقنوات المختلفة، والعمر الافتراضى للقمر ذاته ....[٥]
- القناة الفضائية لها منظومتها أيضًا فى تقدير التكلفة والعائد، وهى تحمل هنا ثلاثة أنواع:

(أ) المحتوى المجانى Free Content.

(ب) المحتوى التجارى (إعلانات مثلاً).

(جـ) المحتوى الإعلامى ذو المضمون ، أو التوجـــه (قد يكون المضمون الإعلامى نفســـه تجاريًا هادفًا للربح فقط، وهو ما يسميه النقاد برامج أو دراما المقاولات).

وهـــنا يدخـــل فى عناصر التكلفة المباشرة ما تم دفعه لشركات الإنتاج الإعلامى وأستوديوهاتها، وشركات الأقمار الصناعية ... وهكذا ...

ومن هنا ، فإن المفردات الاقتصادية فى المجال الإعلامى، هى نفسها:

- التكلفة ← جارية ← رأسمالية
- العائد ← عائد نقدى ← عائد اجتماعى
- الربح[٦] ← ربح عادى حيث تتعادل التكلفة مع الإيراد

ربح غير عادى حين تدخل العناصر الاحتكارية ...

ومــع هــذا ، يــبقى للمجال الإعلامى تميزه فى مضمون هذه المفردات، فقد ترتبط بمجموعة من القــنوات فى شــركة واحدة، وتقوم بعض القنوات بالتوجه التجارى البحت، والبعض الآخر بالتوجه الإعلامــى ذى المضمون المحدد Oriented Planned (دينى - قومى - سياسى ....) وتقوم القنوات ذات الصفة التجارية بتغطية تكلفة القنوات الأخرى ....

كذلك يمكن الاختلاف فى أن Outputs الإعلام أو مخرجات الإعلام، إنما هى تتصل مباشــرة بالسمع والبصر والفؤاد ، ومن هنا ، فإن معالجة الكلمة أو الصورة ، لا ينبغى أن تخضع للمعايير نفسها التى تخضع لها المنتجات الأخرى الخاصة بالمأكل والملبس .

وليــتك تــتذكر قوله تعالى : ﴿ **وَلاَ تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُوْلَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْؤُولاً** ﴾. صدق الله العظيم [الإسراء : ٣٦]

٢ـ الدمج الاقتصادى فى مجال الفضائيات

٢-١ الدمج الاقتصادى Economic Merger

(التعريف – الآليات – الأهداف)

تعــد عملية الدمج فى أبسط صورها توسيع دائرة الإنتاج لسلعة أو خدمة، أو مجموعة سلعية أو خدمية ، فى اتحاد منشأتين أو أكثر يعملون فى المجال نفسه ، وعلى ذلك، فإن الدمج فى جوهره هو بمثابة توسيع نطاق العملية الإنتاجية Enlargement of Scale، بحيث يتسنى إنتاج أكبر More Quantity ، أو إنتاج أكفأ More Quality ، أو لتخفيض التكلفة Reducing Cost......

وفى كل هذه الحالات، فإن الدمج ينتج عنه كيان اقتصادى أكبر ، يسعى إلى الحصول على نصيب أكــبر من السوق، وقد ينصرف معنى الدمج الاقتصادى إلى الاتفاق بين المنشآت المندمجة للدخول فى عملــية إنتاجــية واحدة ؛ بمعنى أن تكون هناك إدارة واحدة لجدول المدخلات والمخرجات، وتنظيم السوق للتناغم مع الجدول الإنتاجى. وعليه فإنه باختلاف التعريفات والأشكال، فإن الدمج Merger ينصـــرف فى كل الحالات إلى وجود سياسة اقتصادية واحدة، أو لإحلال تلك السياسة محل سياسات أخرى منفصلة فيما يتعلق مع سوق المستلزمات أو سوق المنتجات، أو سوق العمل، أو فى التعامل مع المؤسسات الأخرى المنافسة، أو بالارتباط القانونى بالحكومة، أو بحكومات الدول التى يسرى فيها هذا الكيان الجديد ، أو فى التعامل مع جهات التمويل، أو المؤسسات الدولية..

ومع هذا، فإن المعلن الوارد للدمج الاقتصادى قد يختلف باختلاف آليات الدمج[٧] ذاته: فقد يتم الدمج بآليات متنوعة ، تؤثر كل آلية منها فى مدلول الدمج نفسه.

٢-٢ آليات الدمج

فيما يتصل بالدمج نفسه وآليات الدمج التى تحدد مدى استقلال أو ذوبان الكيانات المنظمة عن أو فى الكيان الجديد ، فإنها تأخذ عددًا من النماذج المختلفة ،والتى من أهمها :

١- قــد يــأخذ الشــكل الأول وجود شركة قابضة Holding company، أو مؤسسة واحدة لها ســلطات فوقية Upper Authorities تقوم بتخطيط الإنتاج من حيث الكم ، أو الكيف ، أو الوســائل المستخدمة ، وما يتفرع عن سياسات الإنتاج من سياسات أخرى قبلية Exposit مثل سياســات التمويل ، أو سياسات بعدية ، مثل سياسات التسويق – التصدير ، النقل ، التكامل .

وفى هـــذا الشكل ، تلتزم المؤسسات أو الشركات المنضمة بسياسات المؤسسة الأم ، مع استمرار الإدارات الذاتـــية لهـــا ؛ حيـــث تحـــتفظ كل شركة بطابعها ، وبعلاقاتها مع العملاء الدائمين ، وبسياسات التوظف الخاصة بها . وقد تنفرد السلطة الفوقية ، أو الإدارة القابضة بالمنتجات الرئيسية أو منـــتجات معينة ، مثل : المنتجات القابلة للتسوق الدولى ، (المادة الإعلامية[٨] القابلة للتداول فوق المحلى وفوق الإقليمى Super Regional Content، مثل بث مباريات كأس العالم ، الأفلام الحاصـــلة على الأوسكار ، الأفلام التسجيلية الخاصة بالشخصيات الدولية الشهيرة) تاركة لكل شركة إعلامية مندمجة هامشًا فى إنتاج برامج محلية ، أو دراما إقليمية ، أو مباريات داخلية.

ويحـــدث هـــذا الشـــكل عادة فى الدمج الاقتصادى ذى التحالفات الدولية، حيث تهتم الإدارة (الشـــركة القابضـــة) بالمجموعة الرئيسية القابلة للبث والانتشار فى مساحة أكبر عبر القارات Trans Continental، وهذا بالفعل هو ما تفعله الشركات القابضة الإعلامية فى الاتحاد الأوروبى، حيث تقوم إدارة واحدة برسم السياسات الخاصة بالمنتجات الأوروبية غير المحلية، فمثلاً:

قابلية العرض فى هولندا ، تحتاج إلى دوبلاج باللغة الهولندية .

قابلية العرض فى فرنسا ، تحتاج إلى دوبلاج باللغة الفرنسية .

ومن ثم ، فإن المنتج الرئيسى General Content تحدده السياسة الإعلامية القابضة، أما عمليات الدوبلاج فتقوم بها الشركات أو القنوات المحلية ، ليس فقط فى عملية اللغة والدوبلاج ، وإنما قد يتعدى ذلك إلى عمليات مونتاج ، وحذف بعض المشـــاهد ، أو الفقرات التى تتعارض مع قومية ما أو عادات مـــا .... ولذلك ، ففى مجال التليفزيون الأوروبى European T.V. تشيع المثل[٩] الأوروبية للشركة القابضة الفرنسية ، للشركة المنضمة الفرنسية أو Europeanization for Holding Company, Regionalization for Affiliated Company . وعلـــيه، فإنـــه حتى فى النطاق الأوروبى ، هناك عمليات الملاءمة مع المجتمعات المحلية....

ولعـــل هذا هو الأساس الأول الذى يمكن اشتقاقه من التجربة الأوروبية حيث المثال الكامل على الليبرالية والشفافية، فإن هناك عمليات ملاءمة للمنتج الإعلامى مع المجتمعات المحلية الأوروبية، والمختلفة فى المـــدى بـــين المحافظـــة، والليبرالية الكاملة Conformity with Conservative or Liberal Societies

٢- كذلك نجد أنه قد يتم الدمج بين شركات ذات منتجات مختلفة، وتعمل فى المجال نفسه ، فهناك :

- شركات لإنتاج البرامج .
- شركات تملك الأدوات والأستوديوهات للتأجير .
- شركات تملك الأقمار الصناعية .

ففـــى مجـــال الفضائيات نجد إمكانية الدمج بين شركتين إعلاميتين على سياسات واحدة لإنتاج الــبرامج، أو للتنســيق والاتفاق على بث مواد معينة، وتنفيذ المراحل الإنتاجية، ووضع حدود معينة لاخــتلافات الــتكلفة ، ووضع سياسة مشتركة للإعلانات التى يتم بثها، من قبل الاتفاق عليها : من حيث الأسعار وتوقيتات البث، وتبقى قناة إعلامية مندمجة إدارة ذاتية، ولها هامش محدد فى حرية التعاقد داخل إقليمها المحلى – سواء مع الأستوديوهات – أم مع عملاء الإعلان .

٣- قد يأخذ الدمج شكلاً آخر ، بأن تتفق الشركات المندمجة على إيجاد إدارة تسويقية واحدة :

- تحدد حصصًا إنتاجية معينة لكل شركة مندمجة .
- تعمل على إيجاد سقوف[١٠] Limited Ceiling، لكل مادة إعلامية، بحيث توزع على إنتاج القنوات، حتى لا يحدث التكرار فى التسويق الإعلامى.
- يــترك لكـــل شـــركة مندمجة حرية إدارة هيكلها الإنتاجى الداخلى، مع الالتزام بمواصفات وكميات المنتج النهائى Final Content ، الذى حددته الهيئة القابضة.

٤- وهـــناك الشـــكل الأكبر والأكثر وضوحًا ، ويكمن فى ذوبان الكيانات المندمجة فى كيان جديد، Liquefying all Bodies In One Only، وتصــبح شخصــية معنوية جديدة واحدة لشركة جديـــدة، وتنتهى الشخصيات المعنوية للشركات التى دخلت فى الدمج . هنا تنشأ إدارة جديدة، وتصبح الشركات المندمجة المنتهية بمثابة فروع أو وحدات للشركة الأم، دون اعتبار مالى أو معنوى مستقل ....

فى هذه الحالة تتحدد سياسة واحدة للإنتاج والتسويق والعمالة والتمويل تمامًا[١١].

فمـــثلاً فى المجال الإعلامى تنضم مجموعة من الفضائيات إلى شبكة واحدة، تعمل وفقًا لأسلوب واحـــد، وأســـعار واحـــدة، وتـــبقى الإدارات القديمة للتنفيذ دون التصميم ... Executing not Designing ، فتقوم الشركة الجديدة بتحديد المواد الإعلامية، من حيث الكم :

- بتحديد المضمون ← Content .
- بتحديد الكيفية ← التعاقد مع أية أستوديوهات وأى أقمار ولتغطية أى مساحة.

٥- وقـــد تكـــون عملية الدمج فى شكل يبرر التكامل الأفقى[١٢] ؛ بمعنى أن تكون هناك شركة تملك وتدير وتجهز أستوديوهات الإنتاج .

- شركة أخرى للأقمار الصناعية .
- شركة ثالثة لتسويق البرامج المشفرة .
- ورابعة فى تخصص معين .... وخامسة ... وهكذا .

وهـــذا الـــتكامل الأفقـــى أيضًا يحدد نوعًا جديدًا من الآلية، والتى قد تظهر فى شكل تحالفات Alliances تؤدى إلى تواجد احتكارى قوى فى السوق الإعلامية، والدمج عن طريق التخصص لا يخلو مـــن تواجد السلطة الفوقية التى تنظم الإنتاج والأسعار، بل والتوجهات أحيانًا، غير أن الاسم العلمى لهذه الآلية، هو التحالف أو الائتلاف Coalition of Companies ؛ ذلك أن الائتلاف إنما يصب فى مجـــرى سياســـة واحدة، وإن تعددت الاجتهادات فى صنع القرار الإعلامى لدى الإدارة الاحتكارية القابضة Holding Monopolistic Management.

ولعـــل الفكر الاقتصادى الذى يحذر الاحتكار، فى المجال السلعى والخدمى ، فإنه يكون فى المجال الإعلامى، هناك مجالات تستوجب وجود الاحتكار ، أو بعض صور هذا الاحتكار مثل احتكار الأقلية، فاحـــتكار الأقلـــية يعـــنى وجـــود عدد محدود من الشركات الإعلامية تعمل معًا فى إطار من تنفيذ التكنولوجيات عالية التقنية .

- ومثلاً لا يمكن تصور[١٣] وجود أكثر من شركة واحدة للأقمار الصناعية فى مصر ، حتى فى الاتحاد الأوروبى أو الولايات المتحدة واليابان .. هناك الشركة الواحدة التى تغطى مساحة إقليمية معينة، وتتبع دولة واحدة ...
- ومـــثلاً لا يمكـــن تصور وجود شكل المنافسة[١٤] فى مجال الإعلام الحكومى التليفزيونى فى الدولة الواحدة .... إذًا من الطبيعى قيام بعض الاحتكارات لطبيعة المخرجات Media Outputs، والتى تختلف عن المخرجات الأخرى.
- ولكن لا يخلو الأمر من وجود المنافسة فى الشركات الخاصة، والفضائيات المختلفة الأغراض . إذًا يمكن الوصول إلى نتيجتين مهمتين :

أولاهما : المنافسة فى مجال Soft البرامج .
ثانيتهما : الاحتكار فى مجال Hard الآليات .

ومــــع ذلك ، فإنه حتى المنافسة التى تعمل فيها الفضائيات العربية هى بطبيعتها منافسة احتكارية Monopolistic Competition، حيــث عدد كبير ، ولكنه تعدد مع تميز ؛ إذ ليس هناك تجانس فى نوعــية الــبرامج Non Homogeneity ، ولكــن هــناك التشــابه أو وحدة الغرض .. فالغرض Information ، أو Entertainment .

ولكل من المنافسة الاحتكارية واحتكار الأقلية ميزتها فى المجال الإعلامى :

- فالأولى تبرر : تحسين النوعية .
  تخفيض الاشتراكات (أو على الأقل تواضع معدلات زيادتها) .
- والثانــية تــبرر الحــد من ارتفاع التكلفة ؛ لأن الشركات المالكة للآليات والتقنية الحديثة تقوم باستثمارات ضخمة تحتاج للإنتاج الكبير[١٦] .

وأيًّــا كانــت طبيعة المنافسة الاحتكارية، فإن الدمج يجعل بعض الوحدات تغذى البعض الآخر، وكذلك ، فإن التحالفات فى الدول المتقدمة قد تخفف من حدة المنافسة، وكبت ارتفاع الأسعار.

ومع تعدد الآليات، واختلاف مفاهيم الدمج، إلا أنه يبقى هناك هدف واحد لعملية الدمج، وهو تعزيــز القــوى الاحتكارية، وتحقيق أقصى ربح ممكن ؛ ذلك أن الدمج هو سعى غير مباشر للتواجد الاحــتكارى فى السوق، أو على الأقل لتدعيم الكفاءة التنافسية للكيان الجديد، فى مواجهة الكيانات الاقتصادية الأخرى.

يكاد يكون تحقيــق الربح المادى هو القاســم المشترك بين معظم حــالات الدمج إن لم يكــن كــلها ..... (قد يذهب البعض من الإعلاميين إلى أن الربح المادى لا يكون مؤشرًا رئيسيًا، وإنما فى حالة يبرز فيها ما يسمى Global Cultural العولمة الثقافية أو Global Media العولمة الإعلامية) .

وتفسير ذلك أن هناك جهات معينة ترغب فى إدخال ثقافات معينة، أو التأثير فى ثقافات قائمة، إمــا لأغراض سياسية، أو دينية، أو مختلفة . ومع التسليم بحدوث هذا الشكل، إلا أنه يخضع فى النهاية لاعتبارات الربح المادى ...

- مثلاً: قد تكون هناك قناة أو قناتان، أو أكثر فى شبكة قنوات معينة ، تذهب بأغراض إعلامية موجهة نحو ثقافة بعينها، ومع هذا، فإن بقية القنوات تعمل وفقًا لمبدأ الربح بحيث تمول الشبكة فى مجموعها.

هذا ، وينطلق مفهوم العولمة الإعلامية أيضًا من الجناحين الأساسيين للعمل الإعلامى، وهما Soft, Hard ، فالعولمة أساسًا هى امتداد توجهات الدول القوية Cultural Extension، من الجهات ذات الهيمنة، للتأثير المباشر أو غير المباشر على ثقافات الدول الأخرى ... وقد يكون التأثير متعمدًا، أو غير مــتعمد، .... فالعولمة من حيث المحتوى تعنى إتاحة منتجات ثقافات أخرى لمشاهد الفضائيات فى أى مكان.

- قد يكون المحتوى قويًا فى مادته وفى إعداده وفى إخراجه ، وفى مساحة البث الذى ينتشر فيها .. ففى حالة تلك القوة والثقافة، فإنها تكون عالية التأثير الثقافى، وقد تكون مكررة، تدخل فى إطار التسلية المباشرة ، دون أن تترك بصمات مؤثرة Effective Impression's ، وقد تكون العولمة الإعلامية فى جانــب Hard (الآلــيات) هى الانتشـــار التقنى لآليات التنفيذ والإنتاج والبث، والاستقبال . وبصفة عامة يتكامل Soft, Hard فلولا عولمة التقنية ، لا يخرج المحتوى عن النطاق المحدود – محليًا أو إقليميًا.

٣ ـ التجارب العالمية فى الدمج الاقتصادى فى الفضائيات (المجالات الإعلامية)

بدايـــةً ، نجد أن عددًا من الشركات الكبرى العالمية فى مجال الفضائيات : إما أنها ناتجة من تراكم التوســـعات عبر فترة زمنية معينة، وقد ساعدها فى ذلك التطور الهائل الذى يشهده قطاع الاتصالات، والأقمـــار الصناعية، والتقنيات المختلفة لعمليات الإنتاج الإعلامى ، وقد قامت هذه التوسعات نتيجة للأربـــاح الضخمة من ناحية، ونتيجة لتقدم أسواق الأوراق المالية فى الدول المتقدمة، والتى أدت تلك الأرباح إلى انسياب تداول الأوراق المالية للشركات الإعلامية الناجحة فى البورصات العالمية ، وإما أنها نتيجة اندماجات فعلية Actual Mergers .

٣-١ الدمج الفعلى

ومـــن بين هذه المجموعات الدولية يمكن تسجيل بعضها الذى أسهم، ولا زال يسهم فى مساحة الفضائيات الحالية المتاحة، على النحو التالى:

١- مجموعـــة تـــايم وارنـــر Time Warner وهى التى تملك مجموعة القنوات الفضائية الدولية ذات الانتشار العالمى، مثل C.N.N ، T.N.T ، فضلاً عن شركات ضخمة لإنتاج البرامج، ومجموعة من شبكات الاتصال . هذا بالإضافة إلى مجالات إعلامية أخرى ، غير تليفزيونية ، مثل ملكية مجلة تايم (وهى بداية مشوار النجاح الهائل للمجموعة).

٢- مجموعـــة ديـــزنى Disney ، وهى من أكبر المجموعات فى العالم، وتمتلك عددًا كبيرًا من القنوات الرياضية، وتحتكر قنوات الأطفال ، وتحتكر مساحات مؤثرة على مدارات مختلفة للبث عبر الأقمار الصناعية .

٣- مجموعـــة روبـــرت مـــردوخ ، والتى تعرف باسم New Corporation وتمتلك نحو ٢٢ محطة تليفزيون، وعددًا كبيرًا من الصحف والمجلات ، بالإضافة إلى شركة "فوكس" للإنتاج السينمائى ، والتى أفردت تخصصًا ضخمًا للإنتاج التليفزيونى .

٤- مجموعـــة فـــيكون Viacon ، وتمتلك كل قنوات شوتايم Showtime ، وتعتبر أهم الشركات الأمريكية فى مجال الإنتاج الإعلامى.

ولعـــل الـــنجاح البارز للشركات الدولية، إنما يعود إلى التحالفات الإقليمية على أساس أسلوب الشراكة Partnership ، وهنا يكون الاتفاق بعيدًا عن الصدام مع النواحى السياسية للبلاد المختلفة،

وهـــذا فى الواقـــع هـــو ما تقوم به شركات كثيرة ، حيث تقيم الشركات الدولية تحالفات مهمة مع الشركات الإقليمية أو المحلية على النحو التالى :

- قد يبدأ الأمر بالاتفاق على بث برامج رياضية، أو مسابقات دولية للجمال ، أو عرض الأزياء ثم الاتفاق على حقوق استغلال امتياز برامج وأفلام معينة ؛ حيث إن الشركات الدولية الكبرى عادة تقـــوم بشراء الامتياز ، ثم تتولى عمليات التأجير من الباطن بعد ذلك Sub Contract للقنوات المحلية ، والمحطات الإقليمية .... وقد تقوم الشركة الدولية الكبرى بعمل برامج معينة تناسب مناطق معينة .

٣-٢ التحالفات فى مجال الفضائيات

وتذهـــب معظم تحالفات الإعلام التلفزيونى فى أحد شكلين : **أولهما** ، تحالف الدمج Alliance فـــتقوم تلك الشركات الكبرى بدمج عدد من الشركات المكملة المتخصصة فى إطار مجموعتها، مثل شركات صناعة أجهزة الاستقبال ، وهو الذى فعلته مجموعة "جنرال إلكتريك" General Electric ، وهـــى مجموعة فنية تمتلك التقنية العالية .. بدأت تحالفاها فى مجال الآليات Hard ، ثم توسعت إلى أن قامت بعمليات الإبداع وإنتاج المحتوى Soft .

وعلـــيه .. فقـــد بـــدأت الشـــركات الدولية الكبرى بالتوسع الفنى والتكنولوجى ، ثم أضافت المخـــرجات الإعـــلامية ، أو أدمجت شـــركات متخصصة . ويلاحظ هنا أن مجمـــوعة "مردوخ" . New Corp ، أقامـــت إدارتـــين قابضتين إحداهما إدارة المحتوى ، باعتبار أن النتيجة الاقتصادية التى توصل إليها الدمج الإعلامى أسفرت عن :

Soft don't lead Hard Successfully
Hard don't lead Soft Successfully

فللإبـــداع مجالـــه ، ولـــه فقط أن يطلب التمويل لينشأ ، ثم يحدد أسعاره هو وفقًا للمنافسة .. وللآليات مجالها ، حيث الاحتكارات الضخمة ، والتصرف الاحتكارى الذى يقود السوق.

كانت شركة "هولى جرام" المملوكة لشركة فيليبس ، وهى شركة الإبداع ، من حيث المحتوى ، مملوكـــة لمجموعة إلكترونية كبيرة ، وهنا كانت القنوات التليفزيونية إدارة تابعة Affeliated للشركة الرأسمالية الفنية ، فلم تحقق شركة الـــ Soft ، نجاحات شركة الـــ Hard ، إلا بعد أن فصلتها فيليبس بشخصية معنوية مستقلة ذات كفاءة نسبية بسبب مساندة التمويل الضخم ، وترك لها أن تصنع الكفاءة التنافسية Competitive Advantage .

فى التجربة اليابانية كانت شركة Sony، وكانت القنوات الفضائية فيها Sony Entertainment ، جـــزءًا مـــن سونى القابضة Holding Sony للإلكترونيات .. وكان الدمج هنا يحقق تكامل الشركة القابضة فقط ، ولكنه لم يحقق كفاءة تنافسية لفضائيات سونى Sony للدخول فى المجال الأوروبى ، أو حتى فى المجال الآسيوى المجاور ، وظلت فضائيات سونى مقصورة على الإعلام اليابانى فقط .

فالدمج اليابانى كان يتم على نحو اقتصادى بحت ، حيث السعى وراء انخفاض التكلفة إلى أدنى حد ممكن ، دون الطموح الإعلامى للتواجد على الساحة الدولية الكبرى ....

والشـــكل الثانى للتحالف هو Trust ، وليس الدمج ، وإنما الاتفاق الودى وفقًا لثقة كل شركة بالأخـــرى لمواجهة منافسة مجموعة ما ، أو للدخول معًا فى منطقة ما ، فمثلاً تتحالف شركة إعلانات كبرى مع قناة فضائية كبرى ، التى ترتبط بدورها مع مدار قمر صناعى معين ، وهكذا .... فى إطار ما يســـميه الإعـــلام الأوروبى Together but Independent Concept ، فلكـــل إدارته وتوجهاته ، وطموحاته ، ولكن يعمل مع الآخرين فى المنظومة نفسها ....

والطـــابع العام لشـــكلى التحالف (الدمج غير المباشر) هـــو التحـــرك الأفقى Horizontal Movements ، بمعنى اشتراك الوحدات مجتمعة لتقديم الخدمة التليفزيونية ، واستهدافًا لأقل تكلفة ، أو لأكـــبر عـــائد ممكن ، أو للتواجد الفعلى فى السوق، أو للحصول على نصيب ملموس . أما التحرك الرأســـى Vertical ، فإنـــه يعـــنى الدمج بين الفضائيات بعضها البعض لتكثيف المنتج الإعلامى كمًّا ولتحسين الجودة .

هـــناك تحالفات أخرى بين مجموعة إعلامية بعضها البعض ، وهو ما يسمى فى الأدب الاقتصادى Oligopoly ، أو احـــتكار الأقلية ، أو اتحاد الكبار الذى يقوم على التنسيق بين الشركات الإعلامية الكبرى لتجنب حدوث حرب الأسعار ولتأكيد السيطرة على السوق الإعلامى ، وفرض حواجز على دخول شركات جديدة ، وهذا هو فعلاً ما يحدث الآن ، فقد كان التحالف بين شركتى America on Line A.O.L ، وشـــركة تـــايم وارنـــر Time Warner ، فقـــد بـــدأت بعملـــية الدمج المؤسسى Institutional Merge ، ولكن الاختلاف فى جدولة البرامج أدى إلى استمرار التحالف على سياسات مشتركة دون توحيد مؤسسى للإدارات .

٤ ـ الدروس المستفادة من الفضائيات العربية .

٤-١ مقدمة :

مـــن العـــرض السابق يمكن أن نخلص إلى عدد من النتائج المهمة، التي يتعين وضعها أمام صانعي القرارات في الفضائيات العربية ، حتى يتهيأ للوطن العربي تحقيق تواجد إعلامي جيد على أسس تنافسية، وحـــتى يســـتطيع أن يبث إرساله بمضمون عربي التوجهات ، والطموحات ، (لا ينبغي بالطبع القول بتوحـــيد المضـــمون أو الرسالة ، فالاختلاف هو الأمر الطبيعي في كل أنحاء العالم ، ولكن أن يكون المضمون عربيًّا ، وإن اختلف مع رؤية عربية أخرى ، فتظل الرؤيتان عربيتين) .

والـــبدء يكـــون مـــن تكوين الكوادر الإعلامية النشطة واليقظة، وهو الدور الذى تضطلع به مؤسســـات رائـــدة في مصر بدءًا بكلية الإعلام والأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، ومرورًا بالخبرات العظيمة في إعلام مصر الرائد ، وانتهاءً بأقسام الإعلام في كليات ومعاهد مختلفة ... وهذا هو ما سوف يصنع المحتوى Soft (بإذن الله تعالى)، ثم يأتي بعد ذلك رأس المال والاستثمار ، وإقامة الآليات Hard .. قـــام الاستثمار الحكومي والخاص في العالم العربي وفي مصر وبعض دول مجلس التعاون الخليجي ، بإقامة مناطق ومدن الإنتاج الإعلامي ..... وبقي مناقشة عدد من الدروس المستفادة من تجارب الإعلام الدولي ، والتي تتيح عنها تحقيق قيم مضافة للوطن العربي ولإعلاميه ولمستثمريه في مجال الإعلان ...

٤-٢ بنود الاستفادة Advantage Items

١- هدف الربح أساسي ، لأى استثمار في الإنتاج الإعلامي ، وخاصة الفضائيات ذات الاستثمارات العالـــية ، ولكن الربح ليس هو العامل الوحيد لبث الفضائية ؛ لأن تجربة الاتحاد الأوروبي والدمج أثبتت أن الربح الكلي لمجموعة الفضائيات يمكن أن يتحقق بجانب وجود المحتوى Content بحيث تغطي فضائية معينة رابحة ، خاسرة ، أو تكلفة فضائية يغلب عليها طابع الرسالة الإعلامية .

٢- الاختلاف في التوجهات أساسي ، وطبيعي ، ولكن في إطار هوية واحدة ، وضرورة المحافظة على مظلة الهوية العربية ، والتطلع إلى الآخرين ، دون ذوبان Dissolve في هويات أخرى .

٣- الطموح الإعلامي ، لا يعني صدارة الفضائيات العربية للإعلام العالمي ، فهذا فضلاً عن استحالته ، فهو غير مطلوب ، وغير مرغوب فيه ، وإنما الطموح الإعلامي يعني التواجد المستقل لمجموعة Soft ومجموعة Hard عربية ، والآمال العربية دون شعارات زائفة False Logans .

٤- من الناحية الفنية ، إذا تحقق الدمج ، فليكن أمامنا الدرس التالى :

إن قيادة العمل الإعلامى المتكامل يجب أن تكون متوازنة بين منتجى المحتوى الإعلامى (الإبداع ، كتابة ، وإخراجًا ، ونشرًا ، وتقديمًا ، وتأليفًا ، ومتابعة Soft) ومنتجى التنفيذ الآلى الفنى (البث - الاستقبال - الأقمار - الأستوديوهات Hard) ، وألا يفود أحدهما الآخر ، وإنما يكون لكلٍّ مجاله الذى ينظم فيه العائد/التكلفة ..

٥- أية تحالفات عربية أوروبية فى المجال الإعلامى أو عربية أمريكية، ليست عليها أية قيود أو أية محاذير، سوى أن تكون تلك التحالفات فى مجال التقنية الإعلامية ، المساحات الإعلامية ، التنفيذ الإعلامى ؛ بهدف الانفتاح للاستفادة من التدريب المشترك لكوادر الإعلام .... ولكن لا تحالفات فى جانب المحتوى فالبرامج العربية ، تدار بإعلام عربى منفتح دون إملاء .

٦- ليبدأ الدمج الأفقى بين الفضائيات العربية ، والآليات العربية ، مع توزيع الاختصاصات فى شكل تكاملى واضح.

الهوامش والمراجع

(١) الأقمـــار الصـــناعية ، تقوم بدور محايد ، بوضع القنوات فى مداراتها المختلفة، دون التأثير فى المضمون بالحذف أو بالإضافة ، راجع – أمين بسيونى – مجلة اتصالات مصرية – (ستالايت – مارس ٢٠٠٤)

Hom. Roltlin – New Communications, opportunities hopes, Frank, Press, London, 1998.

(٢) تعـبير Soft ، Hard يأتى فى مجال الحاسبات الآلية ، فالمعنى الأول يشير إلى البرامج ، والمعنى الثانى يشير إلى الآلة والمكونات ... وفى المجال الإعلامى فإن Soft تشير إلى المخرجات الإعلامية ، و Hard تشير إلى آليات التنفيذ. راجع حسن عبيد – اقتصاديات الاتصالات – مؤتمر الاتصالات – قاعة المؤتمرات – مصر ٢٠٠٣.

(٣) الجانـب الاقتصـادى ، يشـير إلى منظومة العائد/التكلفة Cost/Benefit ، وفى المجال الإعلامى يؤخذ العائد الاجتماعى فى الاعتبار .

B. Sonar. Indian Economic and Software, Economic Review, Mag 2002

(٤) التســاؤل يضــع البحــث فى إطــاره الطبــيعى حــول مــدى أولويــة الــربح ، أولويــة المضــمون . **الإعلام فى عالم متغير** – محاضرة – فؤاد الفارسى – وزير الإعلام السعودى – القاهرة – ٢٠٠٢

(٥) مـنظومة القـناة الفضائية .. تبدأ من الاستثمار إلى وضع القناة فى المدار .... وقد ترتبط بذلك شركات تكاملية أخرى ، مثل شركات بيع الأجهزة ، وشركات تأجير أو منح حق استخدام القنوات المشفرة.

(٦) يختلف الدمج Merger عن التحالف Alliance ذلك أن الأول يعنى وجود الإدارة والسياسات الرئيسية الواحدة، أما التحالف ، فيعنى الاتفاق الودى أو الملزم على هوامش معينة

S. Lonbar, M. Bark, Economic Merger in Field of Communication – Oxford – Mayer Press, 2003.

(٧) المـادة الإعلامـية القابلـة للتسويق الدولى، وهى التى يطلبها أكبر عدد من المشاهدين فى القارات دون تمييز، مثل مباريات كأس العالم مثلاً ...International Marketability

(٨) الأوربـة ، تعـنى البرامج الأوروبية ، تلك التى تتعلق بالتعميم الأوروبى Generalization ، أما الفرنسية ، فقد تقتضى حذفًا أو إضافة أو تعديلاً ، أو حق الدوبلاج اللغوى .

(٩) السـقوف ... تعنى حدودًا معينة لا يمكن تجاوزها ، أو بمعنى حصص إنتاج للبرامج ، والدراما ، أو اقتسام أوقات البث ، وفقًا لأجور محددة .

(١٠) الـتمويل المتـتابع Squence Finance ، وقد جربته القنوات الفرنسية ، حين قامت شركة قابضة بجمع بين شركات الأستوديوهات، وشركات الإنتاج المباشر، بالاتفاق مع شركة الأقمار الصناعية .

(١١) التكامل الأفقى Horizontal يعنى انشغال كل الوحدات بتقديم خدمة إعلامية واحدة ، أو منتج إعلامى واحد One Output ، بينما التكامل الرأسى أن تعمل مختلف القنوات لتقديم خدمات من النوع نفسه ، وإن اختلف المحتوى Contrent.

A. Alen, KAAF. The Integration in the same Domain. Amsterdam University, 1999.

(١٢) يوجـــد أكثر من شركة واحدة للأقمار الصناعية فى الولايات المتحدة ، ولكنها تعمل فى إطار Oligopoly أى احتكار أقلية، بتقسيم الأسواق بينها ، فمثلاً سوق أمريكا اللاتينية مع أقمار Atlanta ، بينما محطات الكاريبى تتبع شركة Donald ، وكذلك بعض محطات المحيط الهادى.

(١٣) هناك شركات ضخمة لا يمكن أن تكون محلاً للقطاع الخاص ، ومن ثم ، لا يمكن وجود المنافسة فيها ، وخاصة فى الـــدول النامـــية ، حيـــث لا تكفى مثلاً مساحة المشاهدة فى الدول العربية بوجود أكثر من عدد محدود من أستوديوهات أو مدن الإنتاج الإعلامى لضمان التشغيل الكامل .

(١٤) أرباح Soft لا تعتمد على عمليات خفض التكلفة، بل إنها تعتمد على زيادة الإنفاق على العمل لتحقيق الجودة، ويأتى الربح من عائد كبير .

(١٥) الإنتاج الكبير Mass Production ويعنى أنه بزيادة حجم الإنتاج بشكل مكثف ، دون تواجد أى Drop فى الطلب تنخفض التكلفة .

الإعلان التجارى فى الفضائيات العربية

د. عمرو محمد سامى عبد الكريم(*)

مقـــدمة :

تعتـــبر الفضائيات العربية بصفة عامة ثورة فى عالم التكنولوجيا فى عصر المعلومات؛ حيث غيرت كل المفاهيم تغييراً جذريًا ، فما كان يراه بالأمس بضعة آلاف ، أصبح يراه اليوم عدد من سكان الكرة الأرضية يقدر بالمليارات .

وأصبح التنافس بين الفضائيات العربية يمثل ظاهرة صحية بالنسبة للمشاهد العربى.

وتجتهد كل قناة تليفزيونية فضائية فى جذب أكبر عدد من المشاهدين إليها ؛ لأن ذلك يعود عليها بالفائدة الاقتصادية .

وأصبح الإعلان التجارى يمثل مورداً مهمًا من موارد هذه القنوات .

ولقد أفاد الإعلان الحديث من الجانب التكنولوجى ، من حيث الأفكار الحديثة ، وطرق التصوير، وبرامج الجرافيك الحديثة ، ومخاطبة العقل بشكل أفضل ؛ وإن كانت ما تزال هناك بعض السلبيات . ولكـــن مـــا زالـــت إيجابيات الإعلان الحديث فى الفضائيات العربية أكثر بكثير من سلبياته . وأصبح الاهـــتمام بالمحتوى الفنى للإعلان أكثر من ذى قبل ، وساعدت التكنولوجيا والتقنية الحديثة فى تحقيق ذلك الهدف الذى يخدم كلاً من : القناة ، والمعلن ، والمتلقى ، على حد سواء .

(*) مدرس بقسم الجرافيك – كلية الفنون الجميلة – جامعة حلوان .

أسلوب الدراسة :

تعتمد الدراسة على مجموعة من القراءات لما ورد حول الموضوع فى المراجع العلمية ، والدراسات السابقة ، ونظرة الباحث فى هذا الموضوع من واقع متابعة الإعلانات التجارية فى الفضائيات العربية ، مع تحليل لبعض النماذج .

أهمية الدراسة :

تأتى أهمية الدراسة فى دعم الحركة الفكرية لأجهزة الإعلام العربية فى ظل متغيرات العصر، وتقديم الآراء والأفكـــار ، وتبادل المعلومات والخبرات فى إطار علمى يربط ويحقق المزج بين الدراسة والواقع العملى ، ونركز هنا على الإعلان التجارى فى الفضائيات العربية.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى : تقييم الإعلان التجارى فى الفضائيات العربية ؛ من حيث سلبياته وإيجابياته، وإمكانية تلافى السلبيات ، وطرح آفاق التطوير .

تبويب الدراسة :

تتضمن ٤ أبواب .

الباب الأول

نظرة عامة فى الإعلان

تعريف الإعلان :

عرفت لجنة التعاريف التابعة لجمعية التسويق الأمريكية الإعلان بأنه : الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات ، بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع.

ويلاحظ أن الإعلان حسب رأى لجنة التعاريف المذكورة يشتمل على عدد من طرق النشر التالية، على سبيل المثال وليس الحصر :

- الصحف والمجلات .
- الأفلام السينمائية والصور المتحركة .
- البريد .
- الإذاعة والتليفزيون .
- الملصقات بوسائل النقل .
- الإنترنت .

الإعلان التجارى :

قد يكون الإعلان عن سلعة أو خدمة ، وحينئذ يعرف : "بالإعلان التجارى" . وقد يكون عن فكرة أو مؤسسة اجتماعية أو دينية، ويسمى: "بالإعلان غير التجارى".

ولا شك أن النفقات الخاصة بالإعلان – هى جزء من تكلفة التسويق — كبيرة ، وتختلف كميتها حسب وسيلة الإعلان والنشر المستخدمة .

الإعلان فى التجارة :

أصبح الإعلان يستخدم فى نواحى التجارة ودوائر الأعمال ، وهذا ما دعى كثيراً من الباحثين إلى القيام بعدة دراسات فى هذا الشأن ، كان من نتائجها الوصول إلى بعض العموميات ، التى يمكن ذكرها فيما يلى :

١– يستخدم الإعلان عادة فى ميدان التجارة لتحقيق الأرباح فى المدى الطويل . والغرض من ذلك هو: تشجيع التفاعل المستمر .

٢- إن فرص استخدام الإعلان بنجاح تتفاوت وتختلف إلى حد كبير ، وليس هناك أى ضمان للنتائج الموجودة من استخدام الإعلان .

وعلى ذلك ، يتوقف نجاح الإعلان على عدة عوامل ، منها ما يأتى :

(أ) ضرورة ميل الاتجاه العام للطلب فى الصناعة إلى الارتفاع .

(ب) ضـــرورة وجـــود فرصة لإثارة الطلب الخاص ، أى الطلب على نوع خاص من السلعة ، وتـــتوافر هـــذه الفرصة فى عدد من الحالات ، مثل : إمكانة تمييز السلعة، وعندما تتوقف إشـــباع حالة المستهلك على عدد من الصفات غير الظاهرة فى السلعة والتى يمكن تقديرها عند شرائها ، وعند وجود دوافع عاطفية للشراء مثل : رفع المستوى الاجتماعى .

٣- الإعلان جزء لا ينفصل عن الخطة العامة للمنشأة ، ولا يمكن أن يعمل فى عزلة.

ويعمـــل رجـــال الأعمال دائماً على تقليل تكاليف الإعلان بقدر الإمكان ، بدراستهم المستمرة للسوق وقياسهم لأثر الإعلان ونتائج حملاتهم الإعلانية .[1]

أهداف الإعلان :

إن دراســـة الإعلان وإدارة النشاط الإعلانى للمشروع ، لا بد وأن تركز على فهم واضح محدد للأهداف التى يسعى الإعلان إلى تحقيقها . ولا شك أن أهداف الإعلان فى مشروع معين ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالأهداف العامة ، التى يسعى هذا المشروع إلى تحقيقها .

وفائدة تحديد الأهداف الإعلانية للمشروع تتمثل فى : أنها تخدم غرضين أساسيين هما :

١- أن الأهداف توجه الجهود والموارد فى اتجاه محدد ، وبذلك يكتسب النشاط الإعلانى معنى وفائدة .

٢- أن الأهـــداف تستخدم كأساس للقياس وتقييم النتائج ، ومقارنة ما تم الحصول عليه فعلاً بما كان يجـــب تحقيقه ، كما تعتبر وسيلة لتقييم كفاءة وإنتاجية النشاط الإعلانى للمشروع . وحيث إن أهداف النشاط الإعلانى للمشروع ، ترتبط بأهداف المشروع العامة، كان لا بد من عرض سريع لأنواع تلك الأهداف العامة .

ويمكن القول بصفة عامة أن هناك اتجاهين للتفكير فى أهداف أى مشروع :

الاتجاه الأول : يرى أن الهدف الأساسى هو : تحقيق أقصى ربح .

الاتجـــاه الـــثانى : يـــرى أن هدف المشروع هو : تحقيق التوازن بين مصالح أصحاب المشروع، والمســـتهلكين ، والعمـــال ، والإدارة . وليس هنا مجال للمفاضلة بين هذين الاتجاهين، ولكن ما يجب تأكيده هو : أن طبيعة الأهداف التى يسعى النشاط الإعلانى إلى تحقيقها سوف تختلف باختلاف أهداف المشروع ذاته .[٢]

أنواع الإعلان :

ينقسم الإعلان إلى عدة أنواع ، يحددها ما يلى :

أولاً : نوع الجمهور الموجه إليه الإعلان .

ثانياً : نوع المعلن :

١- إعلان دولى أو عالمى

٢- الإعلان القومى

٣- الإعلان المحلى

ثالثاً : الوسيلة الإعلانية :

١- الصحف . ٢- المجلات .

٣- الصحف والمجلات المتخصصة . ٤- الإذاعة .

٥- التليفزيون . ٦- السينما .

٧- الإعلانات الخارجية كالملصقات واللافتات .

٨- الإعلان بالبريد . ٩- نوافذ العرض .

١٠- الكتيبات والكتالوجات . ١١- الإنترنت .

رابعاً : الهدف منه :

١- إعلان أولى . ٢- إعلان اختيارى .[٣]

مكونات الإعلان من حيث :

- الفكرة : لا بد أن توضح موضوع الإعلان .
- الإخراج : لا بد أن يكون متميزًا ؛ بحيث يخرج الإعلان بشكل يؤثر تأثيراً إيجابيًّا على المتلقى .
- النص : أن يعبر عن فكرة الإعلان بشكل مؤثر وواضح .
- التنفيذ : يتم تنفيذ الإعلان بشكل يجذب انتباه المتلقى .

قياس فاعلية الإعلان :

بعد الانتهاء من وضع الشكل النهائى للإعلان ، يبقى هناك عامل مهم قبل البدء فى مرحلة إنتاج الإعلان أو التنفيذ النهائى لـــه ، وهو : مرور التصميم بعملية اختبار لجودته، وكفاءته، ومدى ملاءمة الفكرة والتصميم للرسالة الإعلانية المطلوب توصيلها للمتلقى .

وقـــبل الـــبدء فى الحديـــث عن طرق قياس فاعلية الإعلان ، يجب أولاً أن نذكر بشكل مختصر الأهداف المرجوة بشكل عام من أى تصميم إعلانى ، سواء كان إعلاناً مطبوعاً أم مقروءاً أم مسموعاً .

اتفق خبراء الإعلان على أن هناك أهدافاً محددة ، يجب على الإعلان أن يدركها حتى يمكن الحكم عليه ، وهى :[٤]

- جذب الانتباه .
- إثارة الاهتمام .
- استثارة الرغبة .
- إحداث الاقتناع .
- الاستجابة والحركة .
- الذاكرة .[٥]

وتقاس فاعلية الإعلان بقدرته على تحقيق الأهداف المرجوة منه ؛ خاصة مع ازدياد أهمية الإعلان ، وازدياد النفقات والجهود التى تبذل فى هذا المجال ؛ مما يحتم ضرورة إيجاد بعض الوسائل لتقييم الأفكار والتصميمات الإعلانية وإمكان إصدار حكم على مدى فاعليتها . وعلى الرغم من أهمية عملية التقييم هذه ، فإن الوصول إلى وسائل محددة له لم ينته بعد . وقد عبر بعض الكتاب بقوله : الكل مجمع على أنـــه مـــن الضرورى عمل إعلان عن المنتجات . ولكن للأسف هناك بعد شاسع بين الاتفاق على أن الإعلان شيء جيد ، وبين اكتشاف ما إذا كان نوع الإعلان المستخدم جيدًا حقاً أم لا ، وكيف نجعله أحسن مما هو عليه ؟

وتقيـــيم الإعـــلان قبل النشر يزيد من فاعلية الرسالة الإعلانية ، ويكون بمثابة تأمين لقبول فكرة الإعلان من جانب المتلقى .

ومن أساليب هذا التقييم :

أولاً : رأى الخبراء :

يجدر هنا أن نشير إلى أن أصعب المواقف التى يجتازها المصمم أو الوكالة والعميل ، هى لحظة تقديم العمل الفنى فى شكله النهائى ، فكل المراحل السابقة كانت قابلة للجدل والنقاش والتعديل المستمر. أما بعد انتهاء العمل ، والذى قد يستغرق شهوراً من التفكير والجهد لا يكون هناك مجال للتغيير ، فهى إذًا لحظة حاسمة فى علاقة العميل بالوكالة ، وعادة ما تأخذ أحد شكلين :

١- فلسفة ترك الرأى للعميل

وفى هذه الحالة ، تقبل الوكالة رأى العميل ، وتطلب منه تقييم العمل الفنى وقبوله، أو إحداث أية تعديلات عليه أو تغييره بالكامل إذا أراد .[2]

٢- فلسفة رأى الوكالة

وفى هـــذه الحالة ، تأخذ الوكالة برأى خبراء الإبداع فيها ، وتدافع عن العمل الفنى، وتنتظر من العميل أن يحترم الآراء الأخرى الإبداعية لفريق الإبداع بالشركة . وقد يفخر مديرو الوكالات بقدرتهم عـــلى الدفـــاع عن أعمال الشركة حتى يقنعوا العميل بها . وعلى الرغم من هذا تظل هناك حقيقة أنه لا يوجـــد خبير إعلان ، مهما بلغت كفاءته ، يستطيع التنبؤ بمدى تأثير الإعلان المقدم إليه أو النتائج المرجوة منه بثقة كافية .[6]

وفى الواقـــع أن عديـــدًا من خبراء الإعلان يشعرون بنوع من عدم الراحة عند طلب هذه المهمة مـــنهم؛ لعلمهم التام بمدى صعوبة تقييم نتائج عمل فنى ، وصعوبة أو استحالة هذا الطلب ترجع إلى كونه يريد منه أن " يخمن كيف يتفاعل فرد من الجمهور المستهدف بهذا الإعلان أو يتجاوب معه " .

وربما لهذا نجد أن الجوائز فى مجال الإعلان يتم تقديرها بناء على فكرة وإبداع الإعلان، وليس على التأثير الذى حققه الإعلان ، أو على نسبة الاستهلاك أو بيع الخدمة.

وإذا كـــان رأى الخـــبراء هو أول طريق تقييم العمل الفنى قبل تنفيذه ، فهناك طريق ثان تفضله وكالات إعلانية أخرى ، وهى طريقة مجموعات المستهلكين .

ثانياً : مجموعات المستهلكين :

وتعنى هذه الطريقة اختيار عينة من المستهلكين المرتبطين بالسلعة أو الخدمة ، والذين يمثلون مختلف الاتجاهات فى السوق ؛ للحصول على معلومات عن مدى تأثير الإعلان المعروض ، وقدرته على توصيل الرسالة الإعلانية وفهمها .

بالإضافة إلى هذين الأسلوبين هناك الإستراتيجية الإعلانية ، والتى تلخص أفضل ما يمكن للإعلان أن يحققه ، ولذا فهى تمثل أفضل طريقة يمكن استخدامها للحكم على جودة الإعلان .[٣]

إن الإعــــلان قـــد برح قضيته فى كل مكان تقريباً ، ولا نجد رجلاً واحداً من رجال الصناعة أو الـــتجارة يســـتطيع أن يثبت عدم فائدة الإعلان ، وأن الملايين التى تنفق عليه هنا وهناك تذهب هباءً منثوراً .

ومما لا شك فيه ، أن الإعلان الحديث هو ثمرة للصناعات الضخمة . ولما كان الإنتاج قد تقدم من حيــث الكم والكيف بفضل التقدم التكنولوجى ، كان لا بد من إيجاد التوازن بين العرض والطلب . وهكـــذا ، نجد أن الإعلان قد ضاعف من قائمة حاجات إنسان أوائل القرن الحادى والعشرين ، وأثر بذلك على النظام الاقتصادى كله ؛ حيث قام بتبسيط الإنتاج وتوجيهه وتنظيمه.

فى هـــذا الصدد ، يمكن القول : " إن استمرار زيادة الإنتاج يتطلب فى الواقع زيادة الاستهلاك ، وهـــو أمر لم يعد من السهل تحقيقه ؛ نظراً لأن الحاجات الأساسية قد تم إشباعها. ولذلك ، فإن جزءاً مهماً من الموارد الاقتصادية إنما يتجه نحو تنمية عادات الاستهلاك ، وخلق عادات جـــديدة لـــه ، حتى يســـتمر الإنـــتاج فى التوســـــع المستمر . فالحاجات التى تشبع الآن لم تعد مقصورة على الحاجات البيولوجـــية الأولية ، وإنما هى حاجات نفسية واجتماعية وثقافية تخلقها البيئة التى يعيش فيها الفرد . ومن ثم ، فإن نفقات الدعاية والإعلان لم تعد مجرد وسيلة لتوافير العلم لدى المستهلكين لوجود السلعة وخصائصها ؛ وإنما اعتبرت بشكل خاص وسيلة للتأثير على إرادة المستهلكين وأذواقهم ؛ بخلق حاجات جديـــدة لديهم لم يكونوا ليشعروا بها ، فيما لو لم تنفق هذه المصاريف . ولذلك .. فإنه فى ظل مجتمع الاســـتهلاك يصبح الإعلان جزءاً عضوياً من جهاز الإنتاج ، ودونه لا يستطيع هذا الجهاز الاستمرار والنمو"

ولكن يوجه إلى الإعلان عدة انتقادات ، منها :

- الإعلان يخلق قيماً مادية .
- الإعلان يجعل الناس تشترى أشياء هم ليسوا فى حاجة إليها .
- الإعلان خادع مضلل .
- الإعلان كثيراً ما يكون مزعجاً ومتواضع الذوق .
- تـــؤدى الرعاية التجارية لوسائل الاتصال على وجه العموم إلى برامج ضعيفة. ويرد مؤيدو الإعلان عـــلى هـــذه الانتقادات وغيرها بأنهم مقتنعون بوجاهتها ، ولكنهم يضيفون أنها ليست موجهة إلى

الإعـــلان ، ولكن إلى الظـــاهرة التى تتجاوزه ؛ ألا وهى : ظاهرة التقدم التكنولوجى الذى أدى إلى ضـــخامة الإنتاج . وهذه الضخامة التى لا كان لا بد لها من أن تبحث عن أسواق خلقت الإعلان واستخدمته ؛ لا ، بل بالغت فى استخدامه .

إن لهذا التطور أو التقدم التكنولوجى طابعه القدرى .

فإلغاؤنـــا للإعلان لن يغير شيئاً من الوضع ؛ لأننا نكون فعلنا كمن يدعى علاج أعراض مرض ، دون أن يصـــل إلى سببه الحقيقى ونكون حرمنا الإنتاج من صمام أمن أصبح ضروريًّا ، فنتعرض لخطر وقوع أزمات من نوع آخر مثل التى تنجم عن البطالة ، والتى تعانى منها الآن الدول الصناعية .

إذا مـــا ازدهـــرت الأعمال واختفت البطالة ، كف الناس عن التفكير فيما يخبئه لهم الغد، فإن الملصقات سرعان ما تغطى الحواجز الخشبية المعدة لها ، وتمتلئ الصحف بالإعلانات ، وتضاء اللافتات، وتتنافس الشركات والمصانع على حجز الوقت فى البرامج الإذاعية والتليفزيونية .

فالإعلان لا يخلق الإحساس بالرضا فحسب ، بل يشترك فيه ويشهد عليه ، إنه دليل على الرخاء ، وتطـــور مســـتوى الإنتاج ، وتكاثر أنواع السلع ، ويساهم الإعلان فى مظاهره الخارجية وفى وسائله الخاصة به فى تزيين الحياة .

إن الـــتقدم الذى تحقق فى مضمار الإعلان خلال السنوات الأخيرة ، ساهمت فيه الفنون المطبعية مساهمة لا يستطيع أحد أن ينكرها فى رفع مستوى الإعلان إلى حد الإتقان . ولقد أصبح الإعلان قطعة فنية رائعة ؛ هذا إذا ما تركنا جانباً بعض الإنتاج الإعلانى البعيد كل البعد عن الذوق السليم.

وقد أصبح لدينا فى مصر فنانون متخصصون فيه ، استطاعوا أن يبتكروا لوحات إعلانية جيدة ، ولكـــن أشـــد ما يخشاه القائمون على الإعلان أن يبتعد فنانوه به عن نطاق الواقع إلى نطاق التصوير السريالى ، الذى تاه فيه عدد كبير من مصورى الإعلان فى أوروبا ؛ وخاصة فى فرنسا وإيطاليا.

ومهما يكن من أمر ، فإن الإعلان ما هو إلا ظاهرة حتمية وجدت منذ وجود المجتمع الإنسانى ، وأفضل جو له هو : الاقتصاد الحر .

وسواء كان الإعلان حراً أو موجهاً ، فوجوده ضرورى ؛ إلا إذا مر الإنتاج بظروف تحد منه ، أو أصاب العالم أزمة اقتصادية ماحقة .(٧)

الباب الثانى

الفضائيات العربية ودورها

مقـــدمة

مـــع انتشـــار الفضـــائيات فى عالمـــنا العربى أواخر القرن الماضى ، توقع كثيرون أن تسهم هذه الفضـــائيات فى دعـــم الوحدة العربية ورفع سقف الحرية ، ونشر الثقافة وتقديم الأخبار الأكثر صدقاً واحـــتراماً لعقـــل المشاهد، بل والانطلاق من أسر المحليات إلى فضاء العالميات والدوليات، فلا يصبح المشاهد أسيراً لأخباره القطرية المصاغة بإحكام وتوجيه من القائمين عليها ، بل يصبح له مطلق الحرية فى انتقاء القناة التى تزوده بالخبر الصحيح أو الأكثر إقناعاً على الأقل .

لقـــد زادت حدة المنافسة بين الفضائيات العربية بشكل خاص لجذب أكبر عدد من المشاهدين ، وســـلكت من أجل ذلك شتى الطرق والوسائل والبرامج المشروعة وغير المشروعة ؛ فكان أن حققت بعـــض هـــذه الفضائيات نجاحاً مشهودا على المستوى العربى، ونالت المصداقية واستطاعت بالفعل أن تجـــذب الجمـــاهير إليها ، فى حين أن بعض الفضائيات ظلت أسير نطاقها الضيق ، و لم تعد عن كونها إعادة بث للقناة الأرضية لدولة ما ، كثيراً ما يلجأ مواطنوها إلى فضائيات أخرى لمعرفة أخبارهم المحلية الصحيحة .

أمر آخر ، توقعنا أن تسهم فيه الفضائيات العربية وهو : كسر قاعدة أحادية المعلومات والأخبار ، الـــتى تـــتدفق فى كل لحظة من دول العالم الصناعى إلى دول العالم الثالث . ولكن شيئاً لم يحدث على أرض الواقـــع ، بـــل مع وجود الفضائيات العربية – باستثناء بعضها – فإن المراقب كان يأمل أن تتم معالجـــة هـــذا الخلـــل . ويعزو هذا الفشل من قبل الفضـــائيات العربية فى أداء الدور إلى أن الغرب الصـــناعى مـــا زال يحتكر الوكالات الإخبارية الأربع الكبرى لبث الأخبار العالمية ، ومازال يحتكر مؤســـستين أو ثلاثاً للصورة الخبرية مع عدم وجود شبكة أخبار عربية فاعلة ، تمتلك مقومات النجاح لـــتزويد المحطـــات العربية بالأخبار المطلوبة ، وعدم سرعة تحرك الشبكات الغربية إلى مواقع الحدث ، وإدهاش المشاهدين بدقة التغطية وآنيتها .

الفضائيات وثقافة المشاهد :

هـــناك حاجـــة ماسة لتواصل ثقافى عربى يرسخ دعائم الوحدة العربية ، التى نسعى إليها بعد م شاهدنا ما آلت إليه دول أوروبا من توجيه نحو الوحدة والاندماج .

ونظـــراً لأهمية هذا التواصل ، كان للفضائيات دور كبير فى هذا التواصل ، لها من نقاط القوة م لا تملكهـــا القنوات المحلية ، حيث إن هذه الفضائيات تستطيع أن تلغى حواجز الرقابة وعرقلة وصول الكـــتاب أو المجلـــة إلى الأطراف الاخرى فى العالم العربى ، ونستطيع وبسهولة بناء ثقافة جيدة لدى المشاهد العربى وتعويضه عن فقدانه عادة القراءة ، وشيوع الأمية الثقافية بين الجماهير العربية التى هره الإعلام الغربى والأغنية الراقصة ومباريات كرة القدم .ومما يسهل عملية البناء هذه من قبل الفضائيات وجود القواسم الثقافية المشتركة فى الدول العربية. ولعل أهمها الجذور الموحدة للثقافة العربية ، ووحد اللغة بين الشعوب العربية والمصادر المشتركة للحركة الثقافية ، ولكن كثيراً من هذه الفضائيات فهمت هـــذا البـــناء فى أضيق صوره ، واقتصرت فى دورها هذا على مقابلات الفنانين والمطربين العرب دون غيرهم، وعلى مسابقات ثقافية ضحلة ساذجة ومكررة ، واستخدام اللغة العامية فى أكثر البرامج .

واليوم ، ومع ظهور الفضائيات العربية : الحكومية والأهلية ، نجد لزاماً علينا إيجاد رأى عام ليس داخل الوطن العربى فحسب ، بل فى بقية دول العالم يرتكز على إبراز قضايانا العربية ، وبصورة مقنعة وواضحة عبر إيصال المعلومة الخبرية بالصوت والصورة إلى الوكالات العالمية ؛ من أجل مواجهة الانحياز الواضـــح لوكالات الأنباء العالمية ضد دول العالم الثالث ، بهدف إيجاد توازن إخبارى يحول دون نقل صور الكوارث والانقلابات من دول العالم الثالث مقابل الصور الجميلة والحضارية من الدول الصناعية.

تقريب الجمهور العربى :

لا شك أن الفضائيات تلعب الآن دوراً مهمًّا فى تنوير الرأى العام ؛ خصوصاً فى المنطقة العربية الـــتى تحـــتاج إلى وسائل تقريبها وتوحيدها وبث المعرفة عن الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأدبـــية عن الجمهور العربى ، ولكن يقف حائلاً أمام هذا التقارب روح القطرية الضيقة ، والشعور بالتعالى من قبل مسئولى بعض القنوات العربية ، وإضفاء التميز " المزعوم " فى إعلام بعض الدول العربية الذى يقطع جسور المحبة العربية بين الشعوب .

فما أجمل أن نشاهد برنامجاً من اليمن وآخر من المغرب ، وتقريراً من فلسطين ، وفيلماً من مصر وبـــرنامجاً سياحياً من تونس ، وهكذا .... دون تشنجات أو دعوات محلية وإنكار لدور الآخرين من المبدعين العرب .

فـــالجمهور العربي تدحرج من دائرة الإعلام الموجه والضيق ، وبدأ يرى عشرات الفضائيات التي أزالت عن دماغه آثار البث الدعائي السياسي ، وبدأ يقارن بين الغث والسمين .

لقـــد ســـاد تفكير أو اتجاه إخباري في المنطقة العربية منذ الخمسينيات ، عول كثيراً على الدعاية السياسية وإبراز محاسن الأنظمة ، وإبهار المستمعين والقراء بمنجزات العهد الفلاني ، الأمر الذي شكل رأياً عاماً محددًا تجاه سياسة البلاد الفلانية وعلاقتها مع الدول الأخرى .

وعـــالم اليوم المتطور يختلف كثيراً عن فترة الخمسينات ، ويحتم دون ما شك أن تنفض القنوات الفضائية عنها (الغبار الخمسيني) وتتابع التطور الإخباري ، سواء ما تعلق بالقيم الإخبارية أم بالجوانب التكنولوجية في تقديم الخبر .

ونحـــن نعـــلم مدى إقبال الجمهور العربي على القنوات الأجنبية لمحاولة استقاء الخبر اليقين منها ، وذلك لم ينتج عن حب لتلك القنوات ، بل لأن التجربة في الإعلام العربي أفقدت الإنسان مصداقيته في وسائل إعلامه. (٨)

يجب الاعتراف بأن الفضائيات قد وصلت إلى كثير من العقول العربية مثقفة ومتعلمة وبسيطة ، هذه حقيقة لا بد من الاعتراف بها. وأسباب هذا الاختراق الفضائي يعود إلى تقنياتها المبهرة وإلى سرعة التعليـــب حتى أصبحت صناعة رابحة في العصر الحديث ، فقد أثر هذا الاختراق الفضائي واللاثقافي في أغلب إنتاجه بشكل أو بآخر على القنوات المحلية الثقافية ، التي فاتها إعداد خطة عصرية للمعلومات ، أو هـــي لم تواكب روح العصر الحديث . إن عصر المعلومات قد احتضن قنوات فضائية عديدة عربية وغير عربية ، بمعلومات جديدة في بعض مضامينها وفي طرق عرضها تليفزيونيًّا على وجه الخصوص ، بما أوجد هوة سحيقة بين معلوماتنا الوطنية أو القومية التي تعلمناها وبين المعروض في هذه القنوات بل لعـــل طـــريقة العرض لبرامج الفضائيات – أو الشكل – يفوق المحتوى في كثير من البرامج ، ففضائية L.B.C مثلاً تقدم عروض الأزياء واللباس الأوروبي، بما لم نعهده في كثير من الدول العربية والإسلامية، الأمـــر الذي قلدته فضائيات عربية تقليداً أعمى ، كما أن بالفضائية اللبنانية من البرامج ما يرفع علم الثقافة الأوروبية المتحررة جدًّا ، لكن ألا يؤثر مثل هذه البرامج على مجتمعاتنا وبناتنا قبل أولادنا ؟ بل ألا تمس بالكثير عقائدنا إن أردت الدقة في التعبير ؟

أمام هذا التيار الفضائي الذي يجتاح عقول الأمة العربية ، واحتراماً لتعبير البيان في اللغة الإعلامية من أن القول والعمل لا ينفصمان لترابطهما ، فإن فحص برامج الفضائيات – المتوسعة يوماً بعد آخر

– ينبهنا وينبه الإعلاميين العرب إلى ضرورة البحث العلمى فى مصدر هذه البرامج والكشف عن هويتها الحقيقية عــربية أو غير عربية ، ناهيك عن فضـــائيات أجنبية لا نستطيع إلا أن نقف حيالها صامتين ، ولا نستطيع أن نرفع اتهامًا ضد فضائياتنا العربية ولا القول بأن بعضها يعمل لمصلحة سياسة الغرب .

لكـــن نستطيع أن نقول : إنها بكم برامجها الحالية تعمل على خدمة أهداف الغرب ، وتعمل على انتشارها واتساع رقعتها فى فرض السياسة الفضائية الأجنبية وتكريس ثقافتها ودون أن تعلم . ونظرة إلى عدة برامج فى فضائيات عربية ، وهى قليلة والحمد لله، تطلعك على انتهاكات للباس العربى وطمس للحشمة ، وخروج سافر على التقاليد والعادات الاجتماعية العربية ، وإلغاء للذوق السليم وتحطيم لقيم الجمال عند الإنسان كما نفهمه نحن العرب. (*)

وعلى الرغم من تزايد المحطات الفضائية العربية على نحو لافت للنظر ، لم نفكر حتى الآن بتأسيس اتحاد عربى للفضائيات العربية ، أو فضائية عربية واحدة على أقل تقدير لمخاطبة العقل الغربى والمستهلك العــالمى للمادة الإعلامية ؛ كى نعكس وجهات نظرنا بالأحداث ، وكى نعرف العالم بثقافتنا وبحقيقة الثقافة العربية والعقل العربى : تراثه وآفاقه وهواجسه . لذلك ، اعتمدت وسائل الإعلام الغربية ما تراه مناسباً لتمثيل العرب ، بدلاً مما نراه نحن مناسباً لذلك. وهكذا كان صوتنا فى الفضائيات العالمية أخرس، وهــذا ما فتح الطريق للآخــرين كى يشكلنا ويمثلنا ويصورنا كيفما يشـــاء ، ونحن نراقب ما يجرى بلا حول ولا قوة . إن الحاجة اليوم ماسة إلى فضائية عربية منفلتة من تحديدات المحلية ومستقلة بنفسها مـــن الذيلية للفضائيات الغربية ... فضائية تمتلك من الشجاعة والثقة بالنفس ما يكفى لاعتماد اللغات الأجنبية كى نتمكن من إيصال صوتنا إلى العالم ، ونقنع الجمهور أينما كان بحقيقة مواقفنا ومنظوراتنا وفهمـــنا لما يجرى ... علينا أن نمنع عملية تمثيلنا من قبل الآخرين عن طريق تمثيلنا لنفسنا وهذا الأمل مـــناط بهيـــئة عربية مقبولة من جميع الأطراف ، يمكن أن تجذب وتستثمر أذكى وأكفأ العقول المدربة تدريـــباً أكاديميًّا رفيعاً ، والمتخصصة بالدراسات الثقافية والمتمكنة من الاطلاع من إدارة هذا المشروع المنتظر .(*)

وفى اســـتفتاء أجرته جريدة البيان الإماراتية فى استطلاع للرأى العام ، توصلت إلى ما يلى :

قناة الجزيرة : جيدة فى أخبارها تشبه CNN فى برامجها السياسية مثيرة للقضايا النائمة ، وهذه الإثارة لا توصلنا إلى هدف سوى تحفيز النزاعات وإثرائها .

قناة L.B.C : تفتقر إلى الوقار والحشمة والثقافة مروجة ومثيرة للفتنة تنافى الذوق والتقاليد العربية .

قناة المستقبل : أخبارها جيدة وما عداها ينافى العادات والتقاليد .

قناة الشارقة : متميزة ببرامجها الثقافية والدينية ، فقيرة بأخبارها وبرامج الأطفال .

قـــنــــــاة دبى : تقلـــيدية تحتاج إلى التغيير والارتقاء بمستواها ، وتغيير الوجوه مهم جداً كما تحتاج لتعزيزها ببرامج مصنوعة لا معلبة أو منقولة .

قناة عجمان : دعائية ذات تسلية تهمش الثقافة والوعى ، تحتاج إلى تعزيز الجانب الثقافى والاجتماعى ومراعاة العائلة .

قناة M.B.C : بدأت بشكل جيد – فقد كانت وحدها – وتدنت عن مستواها .

قناة أبو ظبى : متميزة فى كل شىء .

القناة المصرية الفضائية : قناة محترفين ومتميزة .

ويطالـــب الجمهور ببرامج اجتماعية وثقافية تتوازن مع المتعة المقبولة والمسابقات ، أو التسلية التى تضـــيف جديـــداً ، ولا تهمش المعلومات كما يطالب باهتمام أكبر بالطفل والشباب والعائلة والعلم واختيار المواضيع الجيدة فى أفلام السينما والمسلسلات بما يخدم الذوق الرفيع والفكر وينمى المعرفة .

وعلى الرغم من مرور أكثر من ثلاث سنوات على هذا الاستفتاء .. إلا أنه من الملاحظ أن كلاً من القنوات المذكورة استمرت على النهج نفسه الذى ورد فى هذا الاستفتاء .(*)

وقـــد حرصت القنوات الفضائية المصرية على زيادة وتنمية حجم مشاهديها فى الوطن العربى . والعـــالم ، فى ســـباق المنافســـة بـــين الفضائيات العربية والعالمية منفتحة على ثقافات العالم المختلفة وحضاراته محتفظة بهويتها المصرية والعربية .

ترتكز على عدة محاور ، أهمها :

- انتشـــار نطاق تغطية القنوات لتصل إلى الجمهور المستهدف على المستوى العالمى كالفضائية المصرية الـــتى وصـــلت إلى شرق وجنوب آسيا واستراليا ، وعلى المستوى العربى والأفريقى والأوروبى مثل المصرية ٢ و الــNile TV .
- دعـــم التواجد فى العواصم العربية المؤثرة لقنوات القطاع ؛ لتقوية روابط الصلة المباشرة بين القنوات ومشـــاهديها من المصريين المغتربين والعرب بصناعة أحداث إعلامية وفنية وثقافية ، تغطيها القنوات من هذه العواصم منفردة أو الفضائية لهذه الدول .
- التوســـع فى إنتاج برامج البث المباشر المشترك مع الفضائيات العربية على المستوى الثنائى أو أكثر ، تلبية لرغبات هذه القنوات ، أو بمبادرة من الفضائيات المصرية .

- توسيع نطاق التجربة الحديثة للقطاع بإنتاج برامج عن الأنشطة الثقافية والفنية والتجارية التى تشهدها العواصم العربية ، من خلال إيفاد بعثات إعلامية من قنوات القطاع إلى هذه العواصم ، بالتنسيق مع أجهزتها المعنية ، كما تم إيفاد فريق عمل إلى المغرب لتصوير برنامج بعنوان " المغرب بعيون مصرية "، والبقية تأتى مع بقية العواصم العربية .

- التوسع فى إنتاج البرامج والتغطيات التى تربط المغتربين المصريين العاملين بالدول العربية ، والمغتربين المصـــريين والعرب فى العالم توطنهم الأم ، وتلبى رغباتهم التى عبروا عنها لبعثة مشتركة من وزارات الداخلية والثقافة والخارجية والقوى العاملة .

- الإنتاج الكبير لعدد من برامج الحوارات الجماعية الساخنة ، التى تشرك كبار الخبراء وأوسع عدد من المشاهدين فى مناقشة قضايا الحياة المصرية والعربية المعاصرة .

- التحديـــث التكنولوجى المستمر لأستوديوهات قنوات القطاع وإمدادها بأحدث المعدات التى تعمل بالنظام الراقى .

- التوسع فى ترجمة الأفلام والمسلسلات والأغانى إلى الإنجليزية والفرنسية خدمة للجيل الثالث للمغتربين لتدعيم ارتباطهم الوجدانى واللغوى بالوطن الأم .

- إنـــتاج مجموعـــة جديـــدة من الأفلام التسجيلية فى شئون السياحة والاقتصاد والصناعة والزراعة ومنجزات ورموز الحضارة والفكر المصرى والعربى .

- تنشـــيط حـــركة الإيفاد التدريبى لكوادر القطاع إلى دول البروتوكولات ؛ تدعيماً لجودة الأعمال البرامجية لقنوات القطاع الثلاثة .

- تقديم تغطيات مبتكرة للأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية والرياضية ...إلخ (*)

الهوامش

* دكتور كمال عيد ، خدمة الإنترنت المسائية . الجزيرة مقال رقم ١٩٣
* دكتور محمد العمى ، جامعة بغداد . الفضائية العربية فى عصر الحوارات . مجلة الوطن السعودية ٧ يوليو ٢٠٠٢
* جريدة البيان دولة الإمارات العربية المتحدة دبى ١١ أكتوبر ٢٠٠٠
* اتحاد الإذاعة والتليفزيون .

الباب الثالث

الإعلان فى الفضائيات العربية

التطور فى الإعلانات الفضائية

يعد التليفزيون بشكل عام أكثر الوسائل الإعلانية قوة وإقناعا ، إلا أنه فى الوقت نفسه لا يكون بالضـــرورة مناسباً لكل المعلنين من جمهوره العريض ، وما به من مميزات كثيرة يريدها المعلن ، فإنه - بجانـــب ذلـــك - مكلف ، يفرض بعض القيود الجامدة فيما يتعلق بفكرة وشكل الإعلان . فإعلان التليفزيون غير مسموح به بالفعل فى بلدان كثيرة على بعض السلع مثل : السجائر والأدوية ، فى حين أنه فى بلدان أخرى يكون الوقت المسموح به للإعلانات محدوداً ؛ بحيث يصعب تنفيذ حملة ذات قيمة. وهـــؤلاء المعلـــنين الذين يتغلبون على تكلفة التليفزيون العالية ، وكذلك على قيود الإعلان به ، يعد التلـــيفزيون أقـــوى وسيلة إعلانية متاحة .. ولقد أصبح التليفزيون هو المستوى الذى تقيس عليه بقية الوسائل الأخرى نجاحها . فالمجلات ، والجرائد ، ومحطات الراديو ، وشركات الملصق ، دائماً ما تقارن عرضـــها بعـــروض التلـــيفزيون ؛ مدعين - غالباً - أنه لديهم أقل تكلفة ، وأن تأثيرهم على راكبى السـيارات ورجال الأعمال أكبر من تأثير التليفزيون عليهم . والسبب فى إعطاء هذه الأهمية لإعلان التلـــيفزيون أن معظم المعلنين الكبار فى الولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا يخصصون الجزء الأكبر من ميزانية الدعاية لإعلان التليفزيون ؛ فثمانية من شركات القمة العشر فى إنجلترا تنفق أكثر من ٩٠% من ميزانية الدعاية على إعلان التليفزيون . وبالمثل ، فمعظم المعلنين بالولايات المتحدة يتجهون إليه .

فى الوقـــت الحالى ، يبدو أن أفضل مشترين لإعلان التليفزيون هم - فى واقع الأمر - أصحاب المصانع ، وتجار القطاعى ، ووكالات الإعلان . وفى استطلاع للرأى أجرى أخيراً اتضح أن ٧٠% من المستهلكين لبضاعة ما يرون أن التليفزيون أكثر الوسائل تأثيراً فى عملية الشراء والبيع . وعلى الرغم من أن معظـــم طبقات المجتمع تشاهد التليفزيون ، فإنه يؤثر بشكل خاص على ربات البيوت. وهذا هو السـبب فى أن استخدام التليفزيون من قبل أصحاب المنتجات المغلفة يكون بكثافة عالية . فعمل حملة تليفزيونـــية يعـــرف نسبة عالية من السكان بوجود منتج معين . وعلى الرغم من ذلك ، فإن السبب الأساسى لشعبية التليفزيون لدى المعلنين هو ما توفره هذه الوسيلة من عناصر إبداعية واسعة .[٩]

رؤية مستقبلية للتليفزيون

مـــع ظهـــور التقدم التكنولوجى والتغيرات الحديثة سوف يتأثر التليفزيون تأثيراً عميقاً فى مجال استخدامه كوسيلة إعلانية على مدى السنوات القليلة القادمة . فقد غيرت قنوات التليفزيون الفضائية والجديدة من شكل التليفزيون ، الذى كان معروفاً منذ الخمسينيات ، بجعله أكثر عالمية ؛ حيث يمكن التقاط إرسال القنوات الفضائية الموجودة فى جميع أنحاء العالم

الأقمار الصناعية (ستالايت) والتطور فى الإعلان :

أصـــبحت القنوات التى تبث عن طريق الأقمار الصناعية موضع اهتمام شديد من المعلنين ، ففى الولايـــات المتحدة الأمريكية تمد كبرى شـــركات الأقمار الصـــناعية مثل " Tectur`s , WTB" فى أتلانتا لها تأثير متزايد على جمهور المشاهدين والمعلنين ، بالإضافة إلى هؤلاء المشاهدين الذين يستقبلون قـــنوات على الكابل Cable .. أما فى أوروبا فهناك احتمالات أكثر إثارة لدورة الأقمار الصناعية – حالياً – مع مالها لدى كثير من المعلنين العالميين من مكانة ؛ كوسيلة لإظهار إعلاناتهم لدى تلك الدول التى تصل إليها الإعلانات حالياً بشكل محدود أو متقدم تماماً. فشركات مثل كوكاكولا ، وشويبس ، وخطـــوط الطيران البريطانية ، اكتسبت مواقع تجريبية من خلال شركة بريطانية للأقمار الصناعية ، فى حين يمكن الآن مشاهدة قناة TVs`sk Channel على Cable فى بريطانيا وبعض الدول الأوروبية الأخرى ، إلا أن الميزة الحقيقية تكمن فى احتمالية توجيه الإشارات المذاعة مباشرة للمنازل ؛ حيث إنه يمكـــن تخطى القيود المحلية على إعلان التليفزيون . وهذه القنوات الفضائية التى تبث مباشرة إلى المنازل تسمى بإرسال الأقمار الصناعية المباشر (وتختصر DBS) .

وبالنســـبة للفضائيات العربية ، أصبح بينهما تنافس شريف فى صالح المشاهد العربى ؛ فكل قناة فضائية تليفزيونية تحاول جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين ؛ لأن ذلك يعود عليها بالخير من الناحية الاقتصـــادية والـــريادية تمكنها من التطوير والاستمرار فى التحديد وزيادة المنافسة ؛ حيث إن المعلنين يقـــبلون عـــلى القـــنوات التى تحقق أكبر نسبة مشاهدة ؛ لكى يصل إعلانهم إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين المتضمن الجمهور المستهدف للإعلان .

لذلـــك .. أصبحت المنافسة بين الفضائيات العربية تمثل ظاهرة إيجابية ، تؤدى إلى فائدة الجمهور المشاهد للقناة الفضائية [٩] .

مهمـــا قدمت الأقمار الصناعية من خدمات .. فإن سحرها لدى الجمهور العام يبلغ مداه عندما تنقل برامج التليفزيون ؛ خاصة إذا ما نقلت على الهواء مباشرة أحداثاً سياسية أو رياضية مهمة ، يتطلع إليها المشاهدون ويروها فى وقت واحد وبلدان مختلفة .

ومـــن الممكن ، أن تسهم الشبكة الفضائية العربية فى تعزيز التوجه الإعلامى القومى، ليس فقط نتـــيجة لزيادة كم البرامج المتبادلة ، وإنما للخاصية التكنولوجية للأقمار الصناعية من حيث قدرتها على نقـــل هذه البرامج فى اللحظة نفسها بين بلد وآخر " فعندما يحس المواطن فى الكويت وفى المغرب وفى السودان أنه يشاهد مع بقية شعوب المنطقة العربية فى اللحظة نفسها عرضاً رياضيًّا يجرى فى القاهرة ، وأن الجمـــيع يشاهدون فى اللحظة نفسها بعد ذلك مهرجاناً للفنون الشعبية فى الجزائر . ذا وذاك ومع تكراره اليومى سيلقى فى نفوس المواطنين فى البلدان العربية كلها أى إحساس بالبعد المكانى وسيؤكد فى نفوسهم حقيقة انتمائهم إلى أرض عربية واحدة ، وإلى حضارة مشتركة وهو : هدف لا يختلف عليه اثنان من سكان الأرض العربية " .

أصبح الإعلان التجارى يمثل مصدراً مهمًّا من مصادر تمويل القنوات الفضائية العربية . هذا وقد تطـــور الإعـــلان التجارى حتى كانت الرعاية الإعلانية لبرنامج ناجح ، أو لأى رياضة من الرياضات تجذب عدداً كبيراً جدًّا من جمهور ، المشاهدين. وهذه الرعاية للبرامج تختار برنامجاً معيناً يهتم به نوعية معينة من الجمهور يمكن أن تكون الجمهور المستهدف لسلعته . وبعض المعلنين لا يهمهم إلا أكبر عدد من المشاهدين ، وكلما زاد هذا العدد كان يحتوى على الجمهور المستهدف لترويج السلعة .

وقـــد كـــان من مظاهر التطور فى الإعلان التجارى فى الفضائيات العربية أنه استفاد من الجانب التكنولوجى ؛ من حيث الأفكار الحديثة ، وطرق التصوير وبرامج الجرافيك الحديثة ، والكمبيوتر؛ وإن كانت هناك بعض السلبيات ولكن له من الإيجابيات الكثير.

واهتم الإعلان بالمحتوى الفنى ، وساعد على ذلك التقنية الحديثة .[١٠]

الباب الرابع

الفضائيات واهتمامها بالقيم فى الإعلان

مقـــدمة

بــدا واضحاً فى السنوات الأخيرة التقدم فى القنوات الفضائية خاصة فى القنوات المتخصصة مثل قـــنوات الأطفال وقنوات الأخبار فهى بشكل عام لا تقل ، بل فى بعض الأحيان تتفوق على كثير من القنوات العالمية .

ونـــنوه هنا عن بعض القنوات الإخبارية العربية مثل قناة الجزيرة والعربية ؛ حيث أصبحت تتمتع بجـــذب جماهيرى مما يجعلها مكانًا مفضلاً لبعض الإعلانات وخاصة الإعلانات الجادة والتى تبحث عن نوعـــية المشاهد ذى الثقافة والقدرة على متابعة الأخبار والأحـــداث العالمية أما عن قنوات الأطفـــال المتخصصـــة ، وبالـــتحديد قناة Spacetoon فهى تمثل نموذجاً لرعاية الطفل وإمداده بكثير من القيم والمعلومات فى وسط عديد من الأفلام الكرتونية والأغانى .

وسوف نعرض لنوعية الإعلانات فيها من حيث الفكرة والتنفيذ والإخراج لاحقاً .

القيم العربية والأخلاقية فى الإعلان الفضائى :

وهـــنا يمكـــن ملاحظة أن بعض القنوات الخليجية مثل : قناة أبو ظبى والـــMBC تلتزم منهجاً أخلاقـــياً فى إعلانات الأسرة ، فى حين نجد قنوات أخرى تعتمد على الخط الغربى فى الإعـــلانات ، وعـــلى سبيل المثال القنوات اللبنانية مثـــل قناة الـــLBC وقناة الـــNew . وبقى للفضائيات المصرية شخصـــية إعلانـــية متمـــيزة وإن كانت تجنح إلى التغرب والاعتماد على عرض السلع بالاعتماد على الفتيات ، وفى أحيان أخرى تحترم القواعد الأسرية المصرية والعربية .

غـــير أنـــه يلاحـــظ أن هناك بعض الإعلانات تتناوب وتختلف الفضائيات فى عرضها ، ومنها الإعلانات الموجهة إلى الأسرة العربية بشكل عام سواء كانت منتجات خاصة بالمنـــزل أو بالطفل أو بـــبعض الأجهزة المنـــزلية ، وبعض المعلنين على مخاطبة الأسرة عن طريق محاكاة الأسرة الحقيقية دونما مـــبالغة سواء فى المظهر أم الملبس ؛ مما يسهل على الأسرة تقبل السلعة كضرورة من ضروريات الحياة

اليومية ، غير أنه لا نتعجب كثيراً إذا وجدنا إعلانات الشباب تجنح إلى الإثارة والحركة سواءً بسرعة فى قيادة السيارة أم الظهور مع حيوانات فى غابة أم إظهار بطولة رياضية ، أو غير ذلك مما يجذب الشباب. ولكن ما يؤسف له استخدام الفتيات بشكل غير متفق مع القيم العربية ، سواء برقص شباب مع فتيات أم مغازلة شاب لفتاة .. أو ما إلى ذلك من المعالجات الإعلانية ، التى تتنافى مع التقاليد وتستخدم هذا الأسلوب .

التأثير النفسى للإعلان :

الـــذى لا يمكـــن إغفاله فى هذا السياق هو : تأثر المجتمع بشكل عام والشباب والأطفال بشكل خاص بكل ما ينم الإعلان عنه، ربما يرجع هذا جزئيًا إلى الإبهار الذى عادة ما يصاحب المادة الإعلانية، بالإضافة إلى تكرار إذاعة الإعلان مما قد يجعل سلوكًا ما حتى لو كان غريباً عن المجتمع مألوفًا ومقبولاً .

والـــذى لا يمكـــن قبوله هو تحول الإعلان التجارى إلى وسيلة لإظهار أسوأ ما يمكن أن يتأثر به المجتمع وخاصة النشء ، وهنا يجدر الإشارة إلى بعض الإعلانات التى تسرف فى الميوعة والخلاعة والتى لا تتلاءم بشكل من الأشكال مع مجتمع شرقى محافظ لـــه عادات وتقاليد وقيم يجب أن نفخر ونعتز بها ونحافظ عليها . وإذا كان الشىء بالشىء يذكر ، فلا بد من الإشارة إلى أحد الإعلانات التى أذيعت فى الفترة السابقة ، وهو يخاطب الشباب والفتيات بشكل جذاب ، وفيه يدعوهم إلى تذكر موعد الصلاة فى خضم الحياة العصرية .

والشـــىء اللافت للنظر أيضًا هو : حرص بعض إعلانات القنوات الفضائية الخليجية والتى تظهر خصائص المجتمع الخليجى من حيث الملبس والمظهر الخارجى ، بل ومن حيث بعض العادات الاجتماعية والغذائية .

مميزات الإعلان الناجح والهدف منه :

الإعـــلان عملـــية اتصـــالية تتم من خلال وسائط اتصالية غير مباشرة كالصحافة ، والنشرات، والملصـــقات ، والـــراديو ، والتلـــيفزيون ، والسينما ، وأشرطة الفيديو ، شبكات المعلومات التى تمنع الاتصـــال الشخصـــى وتحول دون المواجهة وجهاً لوجه . وبالتالى ، ينتفى التفاعل الشخصى المباشر الفورى أو الاتصال الشخصى المباشر فى الإعلان .

الإعـــلان نشاط اتصالى مدفوع على مستوى إعداد الرسالة الإعلانية وإنتاجها ، وعلى مستوى استخدام إمكانات الوسيلة أو الوسائل الناقلة له ؛ مما يجعل المخصص أو الميزانية الإعلانية لأية مؤسسة ، تشمل جانبين : الفنى منها (الإنتاج الإعلانى)، والنشر أو الإذاعة .

الإعلان نشاط له هدف محدد، يتمثل فى تحقيق مصلحة المعلن ، ويلجأ الأخير إلى وسائل وأساليب عدة لتحقيق هدفه ، وبالتالى فهو نشاط اتصالى يستهدف الإقناع المترجم إلى سلوك محدد وظاهرة من قبل المعلن إليه .

الإعـــلان تـــلجأ إليه كافة المؤسسات والهيئات والمنشآت الهادفة للربح ، أو غير الهادفة للربح ، وكذلـــك الأفراد لتوفير احتياجاتهم أو ما يخلقه الإعلان من احتياجات ، وهو ما يمكن أن يطلق عليه الاحتياجات المصنعة أو المؤلفة أو المخلقة .

يعـــتمد الإعـــلان عـــلى التكرار للوصول إلى الجماهير المستهدفة ، ولتحقيق التأثير التراكمى ، وملاحقة الجمهور المستهدف ، ومواجهة المنافسة أو عوامل التشويش .

وضـــوح شخصية المعلن فى الرسالة الإعلانية هى السمة السائدة إلا فى إعلانات التشويق، والتى تستبق ظهور السلعة أو الخدمة فى الأسواق ؛ مما يمهد لها الطريق ، ويخلق حولها اهتماماً جماهيريًّا وشوقاً ولهفة لمعرفتها واستخدامها فور ظهورها فى الأسواق

يتوجه الإعلان إلى جماعات أو قطاعات محددة من الأفراد ، بناء على سابق معرفتهم بخصائصهم ، وعاداتهم الشرائية والاستهلاكية وأنماط تعرضهم للوسائل الاتصالية . وبالتالى فهم ليسوا بالضرورة كل جمهور له الوسيلة أو المادة الإعلامية التى تلى الإعلان أو تسبقه .

فى الإعلان عناصر جذب النظر والانتباه والاستحواذ على الاهتمام ضرورية ؛ حيث إن المعلن هو عـــادةً الذى يسعى وراء المعلن إليه ، إلا فى بعض الحالات مثل الإعلانات المبوبة وإعلانات الوفيات، وهـــو مـــا يمثل أحد مظاهر الاختلاف الأساسية بين الإعلان والإعلام . وبالتالى ، فكل من التحرير والإخراج يلعبان دوراً يصعب التفرقة فيما بينهما .

تتفاوت درجة استخدام الإعلان وأساليبه من معلن لآخر . وبالنسبة للمعلن الواحد ظروف السلعة أو الخدمة فى السوق ، وهو ما يمكن أن نطلق عليه: عمر السلعة ، وتسويقها، وما تواجهه من منافسة ، أو مشكلات ، وعوامل تشويش . ومن هنا ، جاء استخدام أسلوب أو تعبير الحملة الإعلانية أكثر دقة للتعبير عن الســـياسة أو البرنامج الإعلانى لأى منشأة

تنقســـم الإعلانات إلى إعلانات : مباشرة وواضحة صريحة ، وأخرى غير مباشرة تأتى فى سياق مـــواد إعلانـــية كالـــبرامج المكفولـــة ، والدراما ، وبرامج المسابقات ، ولكل منها وسائله ومجالاته واستخداماته .

يتســـم الإعـــلان بســـرعة الإيقاع ، وبمحدودية مساحته مما يتطلب التركيز والإنجاز فى فكرته ، والاختصار فى تحريره ، والبساطة فى المعالجة الفنية وعدد الأشخاص .

حرية القائم بالاتصال – المعلن – كبيرة فى تحديد ما يريد توصيله وإبلاغه للجمهور المستهدف ؛ حيث لا يلتزم المعلن بمبادئ الإعلام التى تتطلب الإجابة عن كل استفسارات المتلقى بحياد وموضوعية .

يمثل الجانب السيكولوجى فى الإعلان بعداً أساسيًّا؛ حيث إن أغلب الإعلانات تخاطب العاطفة ، أو المنطق والعاطفة معاً ، كما أن حجم الوعود والخيال فى الإعلان مساحتها كبيرة .

الابتكار والتجديد فى الأفكار الإعلانية ضرورة للفت الانتباه وللخروج من مخاطر التشبع الإعلانى، والتى ينتج عنها انصراف الجمهور ... وبمراجعة بعض الدراسات السابقة نجد أن بعضها اختصر مميزات الإعلان الناجح فى عدد محدود من النقاط ، على النحو التالى :

١- الإعلان وسيلة اتصال غير شخصى .

٢- الإعلان نشاط مدفوع الأجر .

٣- الإعـــلان لا يهدف فقط إلى مجرد تقديم السلع والخدمات والأفكار ؛ بل يسعى أساساً إلى إقناع الجمهور المستهدف وحفزه على الشراء أو التعامل مع الخدمة .

وهو ما يتفق مع وجهة نظرنا ، بالإضافة إلى الخصائص التى أوردناها فى هذا الصدد ، مما لا يؤدى إلى الخلط بين المفاهيم والأنشطة الاتصالية المختلفة ، والتى تشكل فروع ومجالات الاتصال ، وتمييز هذا العصر ، حتى أصبحت جزءًا من حياة الأفراد ومحيطهم المعرفى والثقافى، مؤثرة بذلك فى تحديد أولويات اهتمامهم وتشكيل منظومة قيمهم وتحديد نماذج القدوة لديهم .[١١]

الأفكار الأساسية للإعلان التليفزيونى

١- إعلان قصير تشويقى يسبق حملة إعلانية .

٢- إعلان قصير ورسالة واضحة .

٣- إعلان يعتمد على استخدام النجوم والفنانين سواء المحليين أم العالميين .

٤- إعلان تفصيلى يوضح مميزات السلعة ، ويعتمد على الإقناع بأهمية السلعة .

٥- إعلان ترويجى يوضح عرضًا خاصًا على المنتج .

٦- برنامج إعلانى وهو شراء وقت هواء وبث مادة تجذب الجمهور المستهدف ، مثل البرامج الغنائية ، ومن ثم الإعلان سواء داخل البرنامج أم قبله أم بعده .

٧- إعلان توعية أو خدمة للمجتمع أو إعلانات صحية أو توعية مرورية .

٨- الإعـــلان المشترك ، وفيه يتم عرض أكثر من سلعة معاً (زيت مع سيارة - مسحوق غسيل مع غسالة) .

ويمكن تقسيم الإعلان التليفزيونى ، من حيث التنفيذ إلى :

- إعلان تصوير حى Life .
- إعلان رسوم متحركة .
- إعلان قائم على المزج بين الاثنين .
- إعلان جرافيك و 3D .
- إعلان محلى .
- إعلان دولى مترجم .

وللمســـاعدة فى دراسة أنواع الإعلان ، سوف تقوم الدراسة على المقارنة بين نوعية الإعلانات المختلفة على مختلف القنوات العربية :

أولاً : دراسة الإعلانات الموجهة إلى الأسرة وإلى الأم بشكل خاص .

ثانيا: دراسة للإعلانات الموجهة إلى الشباب وإلى الرجال بشكل خاص .

ثالثاً : دراسة لبعض النماذج لإعلانات الرسوم المتحركة .

دراسة تحليلية لبعض الإعلانات الفضائية

قناة المستقبل

- **إعلان حى موجه إلى الفتيات والنساء .**

يعتمد على إيقاع شرقى وفتيات عربيات وبعض العادات العربية القديمة فى الأفراح ، وأم تنصح ابنـــتها قبل الزواج ، وبعد فترة من التشويق يتم الإفصاح عن فكرة الإعلان والغرض منه ، حين يظهر صوت الراوى للحديث عن قيمة الذهب الذى يبقى مع الأجيال .

الإعلان يصبح بطيء الحركة مع موسيقى هادئة ؛ للتركيز على المنتج المراد الإعلان عنه .

وهذا الإعلان ناجح فى جذب الانتباه ، ثم إنه يتعامل مع المجتمع الشرقى بشكل مناسب .

- **إعلان رسوم متحركة موجه إلى الشباب .**

الإعلان قائم على الرسوم البسيطة دون خلفية واللون قليل . الإعلان عن مشروب للشباب ويظهر مرسوم أولاً ، ثم باقتراب الكاميرا منه يظهر بشكله الحقيقى .

الملاحظ أن الإعلان يتحدث عن العلاقة العاطفية بين الشباب والفتيات وهم الفئة المعنية للسلعة.

- **إعلان موجه للشباب .**

الإعـــلان يـــنفذ بأسلوب الجرافيك : ثلاثى الأبعاد ، وهو عن رعاية شركة محمول NOKIA لمهـــرجان جوائـــز الموسيقى العربية ، ويتم ذكر اسم الشركة الراعية فى بداية ونهاية الإعلان مع ذكر Logo ، ويلاحـــظ أن شـــركة المحمول عملت على رعاية مهرجان للغناء ، معظم من يستهدفهم هم الشباب مستخدمى المحمول .

وهو إعلان جيد جدا ويصل إلى الجمهور المستهدف بيسر وسهولة .

- **إعلان موجه إلى الأطفال والأم (إعلان حى) .**

إعـــلان عن حليب يستخدم أغنية أجنبية مشهورة ، ويقوم الأطفال وفتيات بالرقص مع الأغنية ، وإن كان العنصر الغربى مستخدمًا إلا أنه يبتعد عن الإسفاف .

- **نموذج لإعلان مباشر عن مجلة .**

يعتمد على توضيح فكرة المجلة والغرض منها ، وخلفية ثابتة.

إعلان له تكلفة مادية محدودة وفكرة واضحة .

- **إعلان موجه للأم والطفل قائم على المزج بين ٤ 3D والتصوير الحى**

يســـتخدم الإعـــلان خاصية Morph فى تحويل الطفل فى مراحل سنية مختلفة ، مع التركيز على حجم كبير للمنتـــج ، قائم على توضيح فوائد استخدام الحليب الذى يعلن عنه .

الإعلان جيد فى مجمله ، وفى تنفيذ الفكرة وسهولة تذكر السلعة .

قناة أبو ظبى

- **إعلان حى !! لا يظهر الجمهور المستهدف .**

الإعـــلان يعرض لفتاة تهتم بالأناقة والحرص على التفاصيل البسيطة دون إسفاف ، ثم يظهر بعد التشويق أنه يعرض لشركة طيران تحرص على أدق التفاصيل .

الفكرة جيدة ومشوقة واستخدام الفتيات واقعى ، حيث إنهن يمارسن هذه المهنة فعلاً فى شركات الطيران .

- **إعلان ثلاثى الأبعاد ، ولا يظهر الجمهور المستهدف .**

يعرض بخاصية 3D مدينة حديثة متكاملة المرافق يصف الإعلان عدم وجود أى صور للطبيعة مع التشـــكيك فى مصـــداقية المدينة ، ولا يذكر موقع هذه المدينة مما يفقده الوضوح .. فهو يعرض لمدينة جرافيكى غير محددة الموقع .

- **إعلان سيارة : الجمهور المستهدف : الرجال والشباب .**

وهـــو قائم على رجل متوسط العمر بملابس خليجية عن سيارة فارهة ، وهو الجمهور المستهدف بشكل خاص بمثل هذا النوع من السيارات باهظة الثمن .

استخدام الملابس الخليجية يساعد على تحديد الجمهور والإعلان فى مجمله جيد .

- **رعاية الأفلام .**

حيث يتم عرض الإعلان الخاص بالسلعة مرات متعددة ، داخل الفيلم أو التنويه فى أعلى الشاشة عن هذا الفيلم برعاية المنتج المطلوب الإعلان عنه .

وممـــا لا شـــك فيه أن الشركة ترعى الفيلم الذى يناسب السلعة التى تقدمها ، ففى حين ترعى شركات السيارات أفلام الإثارة والحركة ، ترعى شركات المنتجات الغذائية الأفلام الاجتماعية الهادئة .

وهـــذا النوع من الرعاية يكفل للمعلن الوصول إلى الجمهور المستهدف ، سواء الشباب فى أفلام الإثارة أم الأسرة فى الأفلام الاجتماعية .

- – دورى أبطال العرب .

وهـــنا ، نـــرى كيف تم استخدام الإعلانات التجارية فى هذه البطولة ، والتى تعرض على شاشة واحدة ، وبهذا يتم التسويق للاشتراك فى هذه الخدمة .

أما عن داخل مباريات الكرة ، نجد كرنفالاً من الإعلانات فى كل مكان على ملابس اللاعبين .. على الأكمام والجوارب .. على لوحات الملعب .. على أماكن تخيلية . وحتى بعد التعليق على المباراة نجد لوحات ثابتة لمختلف المنتجات .

وتتنوع الخدمات المعلن عنها من خلال المباريات ما بين مشروبات ومأكولات وشركات محمول وبنوك وحتى شركات الطلاء ، ومما لا شك فيه أنه على الرغم من شعبية الكرة وعدد جمهور المشاهدين لها ، إلا أن كثرة الإعلانات مع حركة اللاعبين السريعة تضعف من فائدة الإعلان .

- **إعلانات من قنوات الأطفال (قناة Spacetoon)**

الإعلانات فى هذه القناة موجهة بشكل أساسى للأطفال ، وبشكل غير أساسى للأم التى أحياناً ما تشارك أطفالها متابعة هذه البرامج ، ويمكن تقسيمها إلى :

– إعلانات توعية .

– إعلانات خدمية .

– إعلانات استهلاكية .

يلاحظ بشكل عام الاعتماد على عنصر اللون والإبهار وبساطة الأفكار للوصول للطفل .

وسوف نعرض بالتفصيل بعض هذه الإعلانات :

١– إعلانات توعية .

للحض على الأخلاق الكريمة ، والأسلوب منفذ بأسلوب 3D ، مع استخدام متميز لعنصر اللون والرسم ؛ مما يسهل وصول الفكرة إلى الطفل بشكل جذاب بل ويحببه فيها.

٢– إعلان خدمى .

الإعـــلان عن مستشفى للصحة النفسية ، وهو موجه بشكل أساسى للأم غير أنه يحتفظ بالصبغة الأساسية للقناة ، ويتمتع بألوان جذابة وبساطة الفكرة .

٣- إعلان استهلاكي .

وفـــيه نلاحظ أن معظم الإعلانات منفذة باستخدام الرسوم المتحركة مع عمل شخصيات مميزة للمنـــتج ؛ حتى يسهل ارتباط الطفل بالشخصية ، وبالتالى بالمنتج ويخرج بعض هذه الإعلانات بشكل مـــتداخل بين الرسوم المتحركة و3D حتى يزيد من عنصر الجذب فى الإعلان لدى الأطفال . وبعض الإعلانـــات الأخرى تعتمد على التصوير الحى لأطفال صغار يستخدمون منتجًا ما ، مع الحفاظ على جمال اللون فى الإعلان ، وهو فى مجمله جيد جيداً من حيث الفكرة والتنفيذ .

التوصيات

★ يجـــب أن يـــراعى الإعلان السلوكيات الاجتماعية والقيم والتقاليد والعادات والأعراف والثقافات العربية ، وأن يبتعد كل البعد عن كل ما لا يناسب التربية الاجتماعية والثقافة العربية ، يراعى كذلك صحة المواطن البدنية والنفسية والاجتماعية .

★ أن يكون الإعلان وسيلة للمعرفة وإعطاء المعلومة الصحيحة ، خصوصاً لعامة الشعب التى تحتاج إلى ذلك خاصة ، وأن التليفزيون دخل إلى الريف العربى .

★ يجب عرض الإعلان فى أوقات تناسب الجماهير ، وعدم تركيزه فى ساعات معينة ، والعمل على عدم قطـــع الـــبرامج التليفزيونة لإذاعة إعلانات ، ولكن من الممكن أن يكون الإعلان قبل وبعد العمل الدرامى ؛ لأنه قد يؤدى إلى قيام المشاهد أثناء إذاعة الإعلان مما يفقد الإعلان قيمته .

★ أن يـــراعى الإعلان الذوق العام ، وأن يكون أداة لتنمية الذوق والفكر والثقافة ، ويساند أهداف التنمية الاجتماعية فى المجتمع العربى ، ويلبى فى الوقت نفسه متطلبات القطاعات الصناعية والتجارية .

★ الابـــتعاد عن المواد والشخصيات من الرجال والنساء والأطفال الأجنبية والعربية ، التى تظهر صوراً اجتماعية لا تناسب المجتمع العربى .

★ يجـــب اختيار نصوص الإعلانات بعناية مع مراعاة عدم استخدام لغة وأداء هابط يخرج اللغة العربية عن مضمونها .

★ يجـــب عـــدم استخدام التراث بشكل عشوائى يشوه صورته ، خاصة أمام الأطفال والشباب الذين يشاهدونه ، وخاصة أغانى التراث الجميلة بوضعها فى إعلانات بحيث تفقد الأغانى مضمونها .

★ ترشـــيد عـــرض الإعلانات ، بحيث لا يطغى المعيار التجارى على جميع المعايير الاجتماعية والثقافية والتراثية ، ويجب أن يكون هذا برقابة الدولة ، لأن تأثيرها السلبى يمتد إلى الأجيال القادمة.

★ ســـن القوانـــين التى تنظم الإعلان من جميع جوانبه ومراعاة نوعية ومستوى القائمين على النشاط الإعلانى ومستواهم العلمى والثقافى ومؤهلاتهم المتخصصة ؛ لأن الإعلان أصبح فنًا وعلماً وصناعة ، وأحد الأنشطة الاتصالية ذات التأثير العميق والمتعدد الجوانب .

★ عدم استخدام النساء فى الإعلانات بطريقة تثيرالغرائز ، ولا تناسب القيم العربية ، وتفقد التركيز على السلعة الأساسية .

★ كذلك ترشيد استخدام الأطفال فى الإعلانات ؛ حتى لا يتعرض الطفل إلى مخاطر مثل التى يتعرض لها فى أى عمل أو أية ورشة ، مع وضع الضوابط التى تؤمن سلامتهم فى حالة استخدامهم .

★ فى حالة استخدام الاستعراضات فى الإعلان ، يجب أن تبتعد عن التلوث السمعى والبصرى والثقافى والقـــيمى ، وألا تحمل عبارات وصورًا خارجة ، ويجب ترشيد عنصر الإبهار فى الإعلانات ؛ حتى لا يحدث رد فعل مضاد لدى الجمهور الموجه إليه الإعلان .

خاتمـــة

والآن ، نجد أن الفضائيات العربية قد شهدت تطوراً هائلاً فى فن الإعلان ، وانطلقت نحو العالمية ، فى حـــين حافظت كثير منها على الخصائص المتميزة للشعوب العربية ، وحاربت إلى حد كبير طغيان الفكر الغربى على المواد الإعلانية .

وعلى الرغم من ذلك ، يظل عديد من التساؤلات : هل يمكن أن يصبح الإعلان لغة للتواصل مع الآخرين وتوضيح حقيقة السماحة العربية ؟

هـــل يمكن أن نعبر بالإعلان الحواجز النفسية الكثيرة ، التى أصبحت تفصل بين العالم العربى فى مجمله ، وعديد من دول العالم ؟

هـــل يستطيع المبدع العربى التخلى عن الأفكار السلبية ، وسوء استخدام الفتيات للترويج للسلع بشكل مناسب وغير مناسب ؟

نأمل أن نكون قد وفقنا فى عرض رؤية للإعلانات الفضائية العربية بشكل محايد .

والله المستعان

المراجـــع

- أحمد زكي صالح : الخدمة النفسية فى التجارة وإدارة الأعمال – مصر دار النهضة العربية١٩٦١ (٤)
- أحمد عبد الملك : فضائيات دار مجدلان عمان – الأردن ٢٠٠٠. (٨)
- أ. حمـــدى قـــنديل : مدير عام مؤسسة الشرق لاتصالات الفضاء " أوريانسات مصر عربسات الشبكة الفضائية العربية وقضايا الاتصال فى الوطن العربي (١٠)
- خلـــيل صابات : الإعلان – مصر مكتبة الأنجلو المصرية ١٦٥ ش محمد فريد القاهرة الطبعة الثالثة مزيدة ومنقحة ١٩٩٧. (٧)
- د. على السلمى : إدارة الإعلان – مصر القاهرة – دار المعارف ١٩٦٨ (٢)
- د. عـــلى عبد المجيد عبده : الأصول العلمية للتسويق – مصر شبين الكوم دار النشر الولاء للطبع والتوزيع الطبعة ١١ لسنة ١٩٩٥ (١)
- د. طلعت أسعد عبد الحميد : أساسيات إدارة الإعلان – مصر مكتبة عين شمس سنة النشر غير مذكورة (٣)
- د. منى الحديدى : الإعلان – مصر الدار المصرية اللبنانية يناير ١٩٩٩ (١١)
- Strategic Advertising – Juditb Crost Jens (٦)
- England Heinman Professional Pub.1990
- The design of advertising – Roy Paul Nelson (٥)
- Britain , Brown Benchmark pub. 7th ed. 1994
- The complete guide to advertising - Troin Douglas - (٩)
England Macmilan London Ltd, London 1984

رؤية علمية لتطوير الخدمة الإخبارية بالفضائية الأولى المصرية

أ. د. محمد معوض إبراهيم(*)

تستهدف هـــذه الدراسة تقديم رؤية متكاملة لتطوير أخبار القناة الفضـــائية الأولى لتليفزيون جمهوريـــة مصـــر العربية ، والتى يمكن أن تصبح أحسن وسيلة لنقل أهم الأحداث المصرية أو العربية وغيرهـــا ، بالصورة الحية الواقعية المقترنة بصوتها المعبر عن الأحداث والوقائع ، متجاوزة بمشاهديها فى أكـــثر من ٦٥ دولة من مختلف دول العالم العربية أو الآسيوية أو الأفريقية أو الأوروبية أو الأمريكتين حـــدود الزمان والمكان ، لتطلعهم بأهم الأحداث وتربطهم بالإعلام المصرى ، وتزودهم بأهم الأخبار الوطنـــية والعربية والإسلامية وغيرها ، وبما يساعدهم فى تعاطفهم والتفافهم حول القضايا المشتركة ، وفى ظل التنافس الإعلامى الشرس الذى حققته تكنولوجيا الاتصال عبر الفضاء ، وفى هذا الوقت الذى أصـــبحت فـــيه المنطقة العربية من أهم مناطق الأخبار الساخنة ومنها على سبيل المثال : حرب الخليج وحـــرب العـــراق والصراع العربى الإسرائيلى فى فلسطين المحتلة ، والتى تتصدر بصفة يومية النشرات الإخبارية .

لماذا أخبار القناة الفضائية الأولى للتليفزيون المصرى ؟

١ - تعتبر الأخبار من أهم المواد التليفزيونية التى تقدمها القناة الفضائية المصرية الأولى ، وتشغل أماكن متميزة فى البناء البرامجى لها على مدى ساعات الليل والنهار طوال الأربع والعشرين ساعة ، وتشير الإحصاءات الحديثة إلى أن البرامج السياسية والإعلامية تشكل نسبتها من ٢٨,٩% إلى ٣٠,٧% من ساعات إرسالها(1) ، كما تعتبر أخبار القناة الفضائية الأولى بمثابة النافذة التى يطالع مشاهدوها فى كل أنحاء العالم أهم أحداث مصر ومظاهر حياتها بسرعة تفوق كل تصور .

(*) رئيس قسم الإعلام وثقافة الطفل - معهد البحوث والدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس .

٢ – تشـــير الدراسات السابقة إلى أن المشاهدين يفضلون متابعة أهم الأحداث ، ومنها أزمة السلام فى الشرق الأوسط من القنوات التليفزيونية فى المقام الأول ، بينما تأتى الإذاعات الدولية والصحف فى مراتـــب تالية[٢] ، ربما لأن التليفزيون يعتبر مصدر الأخبار الأول الذى يتمتع بمصداقية كما تشير الدراســـات السابقة ، وتعتبر القنوات التليفزيونية أحسن وسائل نقل الأخبار ، حيث تنقل وقائع الأحـــداث بالصورة الحية المرئية التى تعتبر أساس اقتناعهم وتصديقهم Seeing is Believing ، وتفتقد أخبار التليفزيون مصداقيتها دونها[٣] ، كما تلعب الأصوات أو المؤثرات الصوتية الطبيعية لوقـــائع الأحداث دوراً كبيراً فى توفير إطار من المصداقية ، بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لمشاهديها لمعايشـــة الجـــو الحقيقى للأحداث[٤] ، الأمر الذى يدفع بكبار السياسيين أن يفضلوا الظهور فى النشرات الإخبارية المسائية على أن تكتب عنهم كافة صحف العالم[٥] .

٣ – تشـــير نـــتائج الـــبحوث والدراسات والاستطلاعات التى اهتمت بقياس حجم استقبال القنوات التليفزيونـــية الفضائية فى الدول العربية إلى تفوق قناة الجزيرة ، ومركز تليفزيون الشرق الأوسط MBC وقناة دبى وغيرها[٦]، على الرغم من أن القناة الفضائية المصرية الأولى تعتبر أول قناة عربية فضائية بدأت بثها التجريبى فى أول نوفمبر ١٩٩٠ م من خلال المحطة الأرضية بالمعادى، والعاملة مع القمر العربى للاتصالات، وتم انتظام بثها وافتتاحها الرسمى فى الثانى عشر من ديسمبر ١٩٩٠م، معلنة دخول مصر عصر البث المباشر بالأقمار الصناعية[٧] .

٤ – أصـــبحت أخبار التليفزيون مجالاً للمنافسة بين أشهر القنوات الفضائية ، كما أنها تميز قناة دون الأخرى ، وأصبحت الأخبار المسئولية الأولى للعاملين فيها ، وتحتاج إلى خبرتهم ومهارتهم لتجذب انتـــباه المشـــاهدين ، وتستحوذ على اهتماماتهم ، وتعتبر عملية تغطية وإعداد وتنفيذ الأخبار فى القنوات الفضائية عملية جماعية ، تتضافر وتتكامل جهود العاملين فيها بهدف تقديم خدمة إخبارية يقبل عليها المشاهدون ، ويعتبر الخبر التليفزيونى أساس نشرة الأخبار وعنصرها الأول ، ويجب أن تـــتوافر فيه مجموعة من القيم والمواصفات ، لكى يكون جديراً بالبث فى نشرات أخبار الفضائية الأولى ، ومـــن أهمهـــا الأهمية والدلالة والدقة وعدم التحيز والصدق ، وإثارة اهتمام مشاهديها وإشباع احتياجاتهم[٨] .

وتؤكـــد الخطط الإعلامية لاتحاد الإذاعة والتليفزيون ضرورة ملاحقة كافة الأحداث السياسية ، ونقـــل صـــورة كاملة عنها ، مع تأكيد الجهد المثمر لمصر على الساحة الدولية ، وإبراز الرؤية المصرية المتكاملة للبناء فيها فى مختلف المجالات ، وتحقيق ريادة مصر الإعلامية فضائيًّا[٩] .

واقع أخبار الفضائية الأولى :

وبمــتابعة أخبار القناة الفضائية الأولى نلاحظ أنها تقدم خمس نشرات إخبارية مصورة على امتداد ســاعات الليــيل و النهار بدءًا من نشرة الظهيرة ، التى تبثها تمام الساعة الثانية ظهراً ، ثم نشرة الساعة الخامسة فالثامنة مساءً ،ثم الحادية عشرة مساءً ، إضافة إلى أحداث أربع وعشرين ساعة ، ومواجيز أهم الأنباء ، وكانت الفضائية المصرية الأولى قد قامت بتقديم نشرة إخبارية فى الساعة الثالثة فجراً استمرت لفــترة محــدودة ، ثم توقفت دون إبداء الأسباب ، وتتراوح مدة نشرة الأخبار فى الفضائية الأولى فى الغالب بين ربع وثلاثة أرباع الساعة ، وتتميز أخبارها بالقصر النسبى ، وتتنوع الأخبار التى تقدمها من حيث التغطية الجغرافية ، فهناك الأخبار المصرية والعربية والعالمية ، كما تتعدد الأخبار التى تقدمها وفقاً لمصــادرها ، فتتولى أطقم التغطية الإخبارية TV News Crews أهم الأحداث المحلية أو المصرية التى تقــع داخل حدود جمهورية مصر العربية ، كما يوفد التليفزيون المصرى بعثات إخبارية إلى جميع أنحاء العــالم لتغطية الأحداث العالمية التى تهم الرأى العام المصرى أو العربى أو العالمى ، وفى الغالب يتكون طــاقم التغطــية الإخبارية من المندوب TV News Reporter والمصور Camera man ومسجل الصوت Sound Recordist وموزع الإضـــاءة Lighting M . ومن جهـــة أخرى هناك مراســلو الفضائية المصــرية ESC Correspondents الذين يتواجدون فى مواقع الأحداث الساخنة والعواصم الكبرى .

كمــا تستقبل الفضائية المصــرية أخبار الوكالات العالمية المصــورة International Visual News Agencies والتى تقدم تغطية للأحداث العالمية المهمة ، ومن أشهرها VIS News ، ورويتر والوكالة العالمية لأخبار التليفزيونWTN هذا بالإضافة إلى الأخبار المصورة التى يتم تبادلها مع المحطات أو القــنوات الفضـــائية الأخــرى أو الاتحادات الإذاعية ومن أشهرها اليوروفزيون EVN أهم مصادر التلــيفزيون العالمـــية ، أو الشبكات الإخبارية التليفزيونية العالمية المعروفة ، بالإضافة إلى بعض المصادر التقلــيدية الأخرى ، منها رصد ما تبثه أهم القنوات الفضائية التليفزيونية العالمية والعربية ، ومنها على ســبيل المـــثال الشبكة الإخبارية الأمريكية CNN و BBC والحرة والجزيرة ومركز تليفزيون الشرق الأوســـط ، وغيرها من القنوات التليفزيونية الفضائية ، كما تتنوع الأخبار التليفزيونية وفقاً لأشكالها التليفزيونية ، فهناك الخبر السردى ، والخبر الذى يأخذ شكل تصريحات تليفزيونية لمسئولين ، أو يأخذ شـــكل المؤتمر الصحفى ، أو شكل اللقاء الإخبارى ، أو شكل التقرير الإخبارى ، كما تتنوع الأخبار التليفزيونية التى تقدمها القناة الفضائية المصرية الأولى فهناك الأخبار الحية المنقولة من مواقعها مباشرة ،

وهـــناك الأخـــبار التليفزيونـــية التى يتم تسجيلها وإذاعتها فى وقت لاحق ، وهناك عديد من المصادر التقليدية التى تستخدمها الفضائية المصرية، ومنها الصحف والمجلات لاستكمال بعض المعلومات الخاصة بالتغطية المصورة ، أو النشـــرات الصحفية ، أو المطبوعات ، أو برقيات الوكالات الإخبارية ، ومنها (AFP, UP, AP) وأنباء الشرق الأوسط (أ ش أ) المصرية وشبكة الأخبار المصرية CNE وغيرها .

ويـــتولى إعدادها قطاع الأخبار فى تليفزيون ج .م .ع . ، والذى يضم مختلف الإدارات الخاصة بالمندوبين والتحرير والتصوير الإخبارى والإخراج ، ويتولى رئيس تحريرها الذى يعتبر المسئول عن جميع المواد التى تضمها النشرة فى تنسيق وترتيب أهم أخبارها بعد دراستها ، ويعتبر تنسيق الأخبار وتحريرها وترتيـــبها داخـــل نشرة أخبار القنوات الفضائية التليفزيونية بمثابة المفتاح الذى يكسبها فعالية فائقة ، وتنهمك أطقم التغطية الإخباريةTV News Crews فى نقل أو تسجيل وقائع الأخبار المحلية لمعرفة أهم التطورات الإخبارية للأحداث، ويقوم قسم وسائل الإيضاح والرسوم المتحركة بدراسة عناصر الأخبار، ليقرر ما يجب أن يوضحه بالصور أو الرسوم المتحركة أو الشرائح Slides ، أو الخرائط اللازمة لعرض جوانب الخبر(١٠).

ومن جهة أخرى يلعب مندوبو أخبار التليفزيون ومراسلوه دوراً مهمًّا فى تقويم مغزى الأحداث مع المسئول عن تحرير الأخبار أو المنسق الخاص بها ، ويحدد مندوب الموقع أو المراسل معه حجم التغطية الإخـــبارية ، حـــتى أصـــبحت أخـــبار المندوب أو المراسل عصب النشرات الإخبارية التليفزيونية فى الفضائيات ، ويتولى منسقو الأخبار التليفزيونية TV News Coordinators الاتصال بمندوبى الموقع أو المراســـلين فى مناطق الأحداث وتغطيتها حية حال وقوعها أو تسجيلها وإعادة عرضها فى نشرات إخبارية لاحقة ، حتى بلغت أخبار التليفزيون اليوم عصرها الذهبى ، حيث تنقل لنا أهم الأحداث من أماكنها وحال وقوعها نقلاً مباشراً ، حتى أصبحت الوسيلة الإخبارية الطاغية من حيث التقبل والنفوذ وسرعة الانتشار ، وأصبحت المعيار الذى تقيم على أساسه المحطات والقنوات التليفزيونية الفضائية .

وتـــبدأ نشـــرات أخبار الفضائية الأولى بعناوين الأخبار المهمة فى الغالب ، وترتب أخبار النشرة حســـب أهميتها من وجهة نظر القائمين عليها ، والتى يجب أن تهم جمهور مشاهديها بالدرجة الأولى ، وغالـــباً ما يكون خبرها الأول الذى يتصدر النشرة موضع اهتمام وانتباه مشاهديها فى المقام الأول ، ويؤكـــد الخبراء والباحثون والمختصون ضرورة أن تحتل مقدمة النشرة أهم أخبارها ، التى تتصل بأهم قضايا الساعة على الصعيدين : الوطنى أو العالمى ، فإذا كان هناك خبر عالمى له أهمية طاغية فلا بأس من البدء به فى مقدمة النشرة ، وإعطائه الأولوية على ما دونه من أخبار والعكس صحيح ، وهكذا .. فإن

الأمر يتوقف على مدى أهمية الخبر الأول فى النشرة . ثم يتم ترتيب النشرة فى الغالب وفقاً لتتابع أهمية الأحداث ، ولهذا نلاحظ فى الغالب أنه كلما أوغل العرض الإخبارى فى التقدم يتناقص عنصر السخونة فى الأخبار ، مما يتطلب أخذ ذلك فى الاعتبار ، ويمكن استخدام أساليب أخرى كتجانس الأخبار ، أو مراعاة نفسية مشاهدى الأخبار الذين يحتاجون إلى خبر يثير فى نفوسهم الاطمئنان بعد أخبار الصراع والحروب والمظاهرات ، حيث لا يستطيع المشاهد متابعة أخبار النشرة وهو مشدود الأعصاب وفى جو من القلق والتوتر ، وتشير دراسة "كانتر" Cantar و"إيمى ثانثون" عام ١٩٩٦ إلى أن نشرات الأخبار أصبحت مصدراً لأشكال العنف المختلفة من قتل ودمار وحروب وسيول وفيضانات وزلازل وبراكين وحـــرائق وأخطار تترك تأثيراتها الصعبة Negative Effects على المشاهدين ، والتى تظهر فى أشكال متعددة ومتفاوتة بين الحذر والحيطة والهلع والفزع والرعب والهروب[١١] ، أو عرض الأحداث المتشابكة أو المركـــبة مـــن زواياهـــا المتعددة ، ومن وجهات النظر المختلفة لجذب انتباه المشاهدين ذوى الميول والاتجاهـــات المختلفة والمتباينة ، وأحياناً يتم تقسيم نشرة الأخبار الرئيسية للفضائية إلى عدة نشرات كأخبار الرياضة والمال والاقتصاد والطقس .

معدل مشاهدة أخبار الفضائية المصرية الأولى :

تشـــير الدراســـات السابقة إلى أن هناك ٧٣,٥% من عينة إحدى الدراسات السابقة فى إحدى الدول الخليجية على سبيل المثال (الكويت) يشاهدون أخبار القناة الفضائية المصرية ، منهم ٢٩,١% يشـــاهدونها بصفة منتظمة ، بينما يشاهدها من حين لآخر ٤٤,٤% من المبحوثين ، ولا يشاهدها على الإطـــلاق ٢٦,٥% من المبحوثين وهذه نسبة كبيرة ، ولقد بلغ حجم المشاهدين من المصريين لأخبار الفضـــــائية الأولى ٣٩,٧% بينما بلغ حجم غير المصـــريين من المشـــاهدين الكويتيين ٣٣,٨% من المبحوثين ، بينما بلغت نسبة الذين لا يشاهدون أخبار الفضائية الأولى من المصريين فى العينة ١٠,٦% وبلغ عدد الكويتيين الذين لا يشاهدونها ١٥,٩% من المبحوثين ، ولقد ذكر ٥٧,٦% من المشاهدين لأخـــبار القناة الفضائية أنها تغطى اهتماماتهم الإخبارية ، فى الوقت الذى أشار فيه ١٥,٩% منهم أنها لا تشـــبع اهـــتماماتهم[١٢] ، وتشير دراسة أخرى إلى أن هناك ٢٠% من الشباب عينة المبحوثين فيها يشاهدون القناة الفضائية المصرية ESC ويذكر ٧٠% منهم أنهم يتابعون أهم الأخبار التى تقدمها[١٣] .

وتشير دراسة أخرى إلى أن البرامج الإخبارية جاءت فى مراتب متقدمة بالنسبة لمحتوى التعرض على عكـــس المـــتوقع من أن تكون البرامج ترفيهية ذات أولوية فى المشاهدة[١٤] ، وفى دراسة أخرى حدد

٣٠,٢% مــن المبحوثين أن البرامج الإخبارية ترضيهم ، وارتفعت نسبة من قالوا بأن القناة الفضائية المصــرية تشبع رغبتهم فى معرفة الأحداث بالنسبة لمصر بنسبة ٩٤,٣% ، وانخفاضها بالنسبة للكويت ٧,٥% ، والدول العربية بنسبة ٢٤ .٥% ، وبالنسبة للدول الأفريقية ٩,٤% ، والدول الأجنبية بنسبة ١٧% ، وأشار ٥٥,٧% بأن القناة الفضائية المصرية لا تشبع حاجتهم لمعرفة الأحداث بالنسبة إلى بعض الدول وبعض المناطق الأخرى[١٥] .

مرتكزات تطوير نشرات أخبار القناة الفضائية الأولى لتليفزيون ج .م .ع :

بدايـــة ، لا ننكر أن هناك تطوراً ملحوظاً فى نشرات أخبار الفضائية الأولى ،لكننا نسعى لمواصلة هذا التطوير ، مع سد كل الثغرات التى يمكن أن تعوق هذا التطور باستمرار ، ومواجهة بعض الظواهر الســلبية الــتى تنعكس فى مستوى وشكل ومضمون نشرات الأخبار التليفزيونية فى الفضائية الأولى ، وحــتى تجــد إقبالاً متزايداً من مشاهديها فى مختلف بقاع الأرض ، خاصة وأن هناك ارتباطًا قويًا بين الشكل والمضمون، واللذين يتطلبان الاهتمام بفنون الإعداد والإنتاج والإخراج والتنفيذ ، بحيث تكون أكثر ثراءً وتنوعاً وجذباً لمشاهديها ، وخاصة فى هذا الوقت الذى أصبحت فيه أخبار التليفزيون المميزة فى بعض القنوات الفضائية أفضل من البرامج التى يقبل عليها مشاهدوها ، وأصبحت تشكل جزءاً مهمًا من نسيج حياتهم اليومية ، وحتى أن هذه النشرات المميزة فى بعض القنوات الفضائية العربية والأجنبية تأتى فى مراكز متقدمة من أفضليات المشاهدين لها ، وهذا ما أدى إلى اعتماد ٢٥,٣% من الصفوة فى المجتمع المصرى على الفضـــائيات العربية فى متابعة الأحداث الهامة ، ومنها متابعة أحداث ١١ سبتمبر، وما أدت إليه من تطورات ، حتى أشار المبحوثون فيها إلى الاعتماد عليها باستمرار ، فهناك ٥٤,٥% منهم يعتمدون عليها دائماً ، فى مقابل ٢٩,٥% يعتمدون عليها كثيراً، بينما كانت أقل نسبة لمن اعتمد علـــيها بشـــكل غير منتظم ١٦% فقط من المبحوثين ، فى حين بلغت نسبة الاعتماد على الفضائيات الأجنبية ١٨,٤% ، وفى مقدمتها شبكة CNN ، وقد أوضح المبحوثون أسباب اعتمادهم على متابعة الأحداث فيها ، ومنها التواجد فى قلب الأحداث والتغطية الإخبارية للأحداث الساخنة ، والسرعة فى نقل الأحداث ، واحترام عقلية المشاهد ، وارتفاع مصداقيتها الإخبارية وحرية التعبير فى عرض الآراء المختلفة ، ومعرفة رد فعل الجمهور تجاه هذه الأحداث ، وتمييز الكوادر الإعلامية فيها ، وافتقاد وسائل الإعلام المصرية للاحتراف والكفاءة المهنية والتطور التكنولوجى[١٦] .

وترتكـــز رؤيتنا لتطوير نشرات أخبار القناة الفضائية الأولى لتليفزيون جمهورية مصر العربية على عدة محاور ، على النحو التالى :

أولاً : القائمون بالاتصال فى أخبار التليفزيون :

بـــدءًا بالمحررين والمندوبين ومقدمى الأخبار والمصورين والمنتجين والمخرجين ومسجلى الصوت ، وموزعـــى الإضـــاءة والمسئولين عن وسائل الإيضاح وغيرهم ، ممن يشاركون فى عملية تغطية وإعداد وإنـــتاج وتقـــديم وتنفـــيذ نشرات أخبار القناة الفضائية الأولى ، فالاهتمام بتدريبهم باستمرار ؛ لأن التدريب يوفر لهم فرصاً حقيقية لتحســـين مهاراتهم ، وتطوير قدراتهم لتمكنهم من أداء عملهم بأقصى مـــا يســـتطيعون من قدرات ، مع مراعاة ألا يتوقف التدريب عند حد أو مستوى معين من المعرفة أو المهارات ، لأن فنون العمل التليفزيونى الإخبارى فى تغير دائم وتطور مستمر ، فلابد من مسايرة أحدث الاتجاهـــات فى تطـــور فنون العمل الإخبارى التليفزيونى باستمرار ، وأن تكون هناك سياسة واضحة وخطة مدروسة فى مجال تدريب القائمين بالاتصال فى أخبار التليفزيون بكل أشكاله وأساليبه ، سواء فى الداخل أم فى الخارج ، مع الاهتمام بنظام الفريق بحيث يتم تدريب المندوب والمحرر مع طاقم التصوير ومقـــدم الأخبار والمخرج فى آن واحد ، ونلاحظ أن التدريب الإخبارى فى القنوات الفضائية لم يحظ حتى الآن بالعناية والاهتمام المطلوب أو الكافى ، ويأتى فى مرتبة متدنية بالقياس بمدى الاهتمام بإنتاجها اليومى ، كما يحتاج القائمون بالاتصال فى أخبار التليفزيون إلى مزيد من الدعم المالى والرعاية والتقدير مـــن جانب المؤسسة التى يعملون فيها ، ومساواتهم بزملائهم الذين يعملون فى المؤسسات الصحفية ، وأن يكـــون لهـــم كـــادرهم الوظيفى الخاص بهم ، حتى تنعكس آثار هذه الرعاية والتقدير والتدريب المتواصل فى تطوير مهام عملهم فى نشرات الأخبار .

ثانيًا : المادة الإخبارية المصورة :

١ - تعتـــبر الأخبار المهمة موضع اهتمام المشاهدين ، وتتطلب سيكولوجية مشاهدى القناة الفضائية الأولى تقديم أخبارها بشكل يستهدف جذب انتباههم ، وإثارة اهتمامهم منذ اللحظة الأولى فى نشـــرات أخبارها ، وتارة نلاحظ عرض أهم العناوين ، وتارة أخرى نفتقدها بما يدعونا لنؤكد أهمية استمرار عرض الموجز المصور لأهم الأخبار ، فى بداية ووسط ونهاية النشرات لأهمية دوره فى هذا المجال ، مع مراعاة أن تقدم عناوين الأخبار بإيجاز شديد ، وأن تتضمن إشارات واضحة للوقائع المهمة فى الأحداث دون عرض تفاصيل .

٢ - أهمية نقل المادة الإخبارية المصورة : (حية - مسجلة) من مواقع الأحداث المهمة ؛ لأنها تلعب دوراً مهمًّا فى استحداث ردود فعل عاطفية لدى مشاهديها ، كما تساعد فى استيعاب المشاهدين

لهـــا وفهـــم محـــتواها وتجعلها مثيرة للاهتمام ، وقد أثبتت الدراسات الميدانية السابقة أن المادة الإخـــبارية المصـــورة تجعل النشرات الإخبارية أكثر فهماً ، وخاصة بالنسبة للمشاهد العادى ، والـــذى يشكل نسبة كبيرة من مشاهديها[١٧] ، وتشير إحدى الدراسات الميدانية الأخرى إلى أن هـــناك ٩٠,٣% ممـــن تابعوا نشرات أخبار التليفزيون أكدوا دور التليفزيون فى توضيح الأخبار والوقـــائع بصـــورة أفضـــل ، وخصوصاً أخبار الحروب والكوارث والاغتيالات والانفجارات والاضطرابات والمظاهرات وغيرها[١٨] .

٣ – الاهتمام بتقارير المندوبين والمراسلين من مواقع الأحداث ليصفوا للمشاهد ما يحدث لحظة بلحظة، ويقـــابلوا صناع الحدث أو المسئولين أو المشـــاركين فيه ، بهدف تقديم تغطية كاملة لكل وقائع الخـــبر ، ونعتـــبرهم عصب نشرات أخبار التليفزيون ، وعليهم أن يحسنوا الأداء أمام كاميرات الأخـــبار ، وأن يبذلوا قصارى جهـــدهم لإبراز أهم وقائع الأحداث وتوجيه اهتمام المشاهدين إلـــيها ، مع ضرورة التزام الدقة فى العرض ، وتوقع الأحداث وما يترتب عليها من نتائج ، مع الاهتمام بالوقائع التى تمثل الاهتمام المباشر للمشاهدين ، مع ضرورة أن يعتمد على اللغة السريعة المباشرة التى يخاطب بها المشاهدين والتى يفهمونها بسرعة .

٤ – الاهـــتمام بوسائل الإيضاح التى تدعم الأخبار المهمة والعاجلة غير المصورة ، والتى توضح وقائع الخـــبر بســـرعة أكثر من التعبير اللفظى ، وتساعد فى جذب انتباه المشاهدين ودفع الملل عنهم ، والتقليل من نفورهم ، ونلاحظ أنه على الرغم من التطور الواضح فى استخدام وسائل الإيضاح فى بعض النشرات ، إلا أن جمهور المشاهدين يطالبون باستخدام المزيد من هذه الوسائل ، ومنها الرسوم المتحركة والخرائط والصور وغيرها ؛ لأنها تبسط المواد الإخبارية ، وتجعلها أكثر فهماً ، فالمعلومات التى يتم تجسيدها من خلال وسائل الإيضاح أفضل من المعلومات المجردة[١٩] .

٥ – مـــن جهة أخرى يجب أن تكون المادة الإخبارية التى تقدمها نشرات أخبار الفضائية الأولى متفقة واهتمامات جمهورها من المشاهدين فى مختلف المناطق ، وأن تقدم بالوضوح والبساطة ما يتناسب مع مستواهم الثقافى ، مع مراعاة الوقت الذى تبث فيه الأخبار ، فوقت الظهيرة يختلف عن وقت المســـاء ، كما تختلف أوقات الراحة والاسترخاء عن فترات النشاط والتركيز[٢٠] ، كما يختلف مشاهدو المساء عن مشاهدى الصباح فى التكوين والاهتمامات ، مع الالتزام بوقت بث نشرات الأخـــبار ومددهـــا خاصة ، وتعتبر نشرات الأخبار فى الفضائية المصرية من البرامج التى لا يعلم

المشاهدون موعد انتهائها ،فتارة تبلغ مدتها ربع ساعة وتارة أخرى نصف ساعة ، ومرات أخرى أكثر من نصف ساعة ، وأحياناً تصل إلى ما يقرب من الساعة الكاملة دون علم المشاهد .

٦ - أهميـة تفسـير الأخـبار ، وألا تقتصـر أخـبار الفضـائية الأولى على مجرد السرد الإخبارى Informative narration لوقائع الأحداث المختلفة ، وإنما هناك من هذه الأحداث ما يستحق الشرح والتفسير والتحليل ، وخاصة تلك الوقائع المهمة التى يصعب على المشاهد العادى تكوين رأى بشـأنها ، مـع الحرص على عدم حجب الأخبار التى لها أهمية من وجهة نظر المشاهدين ، وبصـرف الـنظر عن درجة تأثيرها عليهم ، مع توفير القدر المناسب من الحقائق والمعلومات ، وربطهـا بعضـها ببعض وتفسيرها وشرح مغزاها ، وتوضيح خلفياتها ؛ لأهمية ذلك فى تحقيق الاحتياجات المعرفية اليومية لكل من الفرد والمؤسسة والمجتمع .

٧ - التنويه المستمر على أهم القصص الإخبارية قبل موعد تقديم نشرات الأخبار فى الفضائية الأولى ، وفى الوقـت نفسـه الحرص على تقديم التفاصيل كاملة فى نشرات الأخبار ، مع مراعاة الحرية الكاملة فى عرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة فى مختلف الوقائع والأحداث بموضوعية مع عدم إبـداء رأى فيها ؛ لأن المشاهد يتوقع أن يشاهد الحقيقة كاملة فى نشرات أخبار الفضائية الأولى ودون انحـياز إلى رأى أو فكر أو طرف معين ، ونعلم أن تكوين أو توجيه الأخبار يعتبر امتهانًا لحق المشاهدين فى معرفة الحقيقة كاملة .

٨ - الاهتمام بتوظيف الأصوات والمؤثرات الصوتية الأصلية فى مواقع الأحداث ، وقد لاحظنا فى كل نشـرات الأخبار التى تقدمها الفضائية المصرية الأولى نوعاً من عدم الاهتمام بتوظيف الأصوات الأصلية Original Sounds والمنقولة من موقع الأحداث ، رغم أهمية الصوت الأصلى فى إضفاء المـزيد من الواقعية والمصداقية على وقائع أخبارها ، فالصورة لم تعد وحدها المعبرة عن الحدث ، ولتكامل دورها وتأثيرها لابد أن يصحبها الصوت الأصلى : (تعليقات أو كلمات ، محاورات أو مجـادلات ، مؤثـرات صوتية أو موسيقية) من مواقع الأحداث ، ودون الصوت قد يفقد الخبر التلـيفزيونى أهـم سماته ، ومن جهة أخرى يجب أن تكون هناك علاقة وثيقة بين الصورة الحية المـنقولة مـن مواقع الأحداث والصوت المقترن بها ، فلابد أن يكون بينهما تطابق أو تكامل أو علاقة تربط الصورة بالصوت المقترن بها ، ويمكن للأصوات المقترنة بالصور الحية أن توسع إطارها أو تدعمها أو تكملها أو تضـيف إليها المعلومات التى لا توضحها الصـورة المنقولة من موقع الحدث ، وتشير الدراسات السـابقة إلى أنه حينما يتطابق الصوت المقترن بالمشـاهد الإخبارية

أو يـــتكامل ، تزداد نسبة فهم واستيعاب المشاهدين للأحداث ، وحينما يختلفان تنخفض نسبة الفهم والاستيعاب(٢١) .

٩ – أهمية الحركة فى المادة الإخبارية ، ومن جهة أخرى يجب ألا يعطى المحررون اهتماما كبيراً للحركة الـــتى تتضـــمنها المادة الإخبارية بين ثنايا مشاهدها ولقطاتها المختلفة ، أكثر من اهتمامهم بقدر المضمون والمعلومات التى تقدمها ، وقد لاحظنا أن هناك تركيزاً كبيراً على بعض المواد الإخبارية الـــتى تهـــتم بتقديم الحركة على حساب مضمون بعض الأحداث والوقائع ، وقد بالغ المصورون الإخـــباريون فى صنع تلك الحركة باستخدام مختلف الأساليب الفنية فيها ومنها تحريك كاميرات التصوير فى حركة بانورامية Panoramic shots يميناً ويساراً أو اقتراباً وابتعاداً (Zoom in - out) وارتفاعـــاً وانخفاضـــاً (up – down) مع سرعة تتابع اللقطات المستخدمة فيها ، بهدف جـــذب انتـــباه المشـــاهد وإثارته . وتوليد العواطف المختلفة من خلال لقطات مصورة قصيرة ومتـــتابعة، أو بحجة عرض جميع جوانب الوقائع والأحداث ، معتقدين أن الأخبار التى تخلو من الحـــركة ليســـت أخـــباراً ، ولهذا يجب الحرص على توفير القدر المناسب من المعلومات المتعلقة بالأحداث والوقائع الإخبارية .

١٠ – الاهـــتمام بالمونتاج الإلكترونى ؛ حيث تعتبر عملية المونتاج ، أو التوليف الإلكترونى من أهم العمليات التى يجب الاهتمام بها ، وبدورها فى ترتيب وقائع الحدث وفقاً للنص Script الخاص بها ، ويلعب المونتاج دوراً مهمًّا فى توليد العواطف ، وخلق التأثيرات المختلفة ، فيؤدى التركيز عـــلى اللقطات المقربة والمتتابعة إلى استغراق المشاهد فى الخبر وزيادة مشاركته ، أما اللقطات البعـــيدة أو الشاملة المتعاقبة فتقوده بعيداً عن وقائع الخبر وتزيد من تشتته ؛ ومن جهة أخرى تـــؤدى اللقطات السريعة المتعاقبة إلى سرعة إيقاع اللقطات المصورة . وبالتالى ، جذب انتباه المشـــاهد وإثارتـــه وزيـــادة حماسه ومتابعته ، بينما تؤدى اللقطات الطويلة إلى البطء والملل والشـــعور بالفـــتور والحاجة إلى النوم. وهكذا ، فإن مونتاج أو توليف الأخبار التليفزيونية إلكترونيًّا لم يعد مجرد ترتيب أو وصل لقطات إخبارية مصورة ، وإنما أصبح فنًّا يهدف للتأثير فى نفسية مشاهدى أخبار القناة الفضائية :

١١ – يجـــب تطعيم الأخبار التليفزيونية ببعض أخبار الاهتمامات الإنسانية ؛ فالأخبار الجيدة بالنسبة للمشـــاهدين هـــى الـــتى تهمهم فى صدق وتثير اهتماماتهم وتولد العواطف لديهم ، وتشير الدراســـات السابقة إلى أن المشاهدين يهتمون بالأخبار الطريفة والشيقة بالإضافة إلى الأخبار

الرياضية ، وجميعها تعتبر من أفضل المواد الإخبارية لهم ، ويشعرون بثقل المواد الإخبارية الأخرى كالسياسية والاقتصادية وغيرها ، ويطالبون بزيادة جرعة الأخبار الرياضية .

ومن جهة أخرى ، لابد أن تراعى نشرات الفضائية الأولى طبيعة التليفزيون كجهاز يستخدمه المشاهدون للتسلية والترفيه ، خاصة وقد سئموا الحياة . ولذلك ، لابد من تطعيم النشرات بالأخبار الخفيفة والمسلية ، كما تهتم بالقصص الإخبارية والاهتمام بعرض الأخبار فى صورة درامية شائقة تستأثر باهتمام المشاهدين ؛ لأن المشاهد عندما يشعر بثقل المادة الإخبارية وجفافها سيعرض عنها ، ويعتبر الأسلوب الدرامى الخفيف فى عرض الأخبار مهماً حيث يزيد من تقريب المعانى المجردة للأحداث السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية ، وتجعل المشاهد يتآلف معها ، ولهذا نجد الخبراء المختصين يؤكدون دائماً أن أخبار القنوات التليفزيونية تتطلب عرضاً دراميًا أكثر جودة وأعمق معنى ومغزى وهدفاً مستهدفاً تثقيف المشاهدين وتسليتهم والترفيه عنهم.

١٢ – التحرير الجيد لأخبار الفضائية الأولى ، فمن جهة أخرى يجب الاهتمام بمعايير المهنة عند إعداد أخبار نشرات القناة الأولى ، وتحريرها بلغة تليفزيونية تتميز بالبساطة والوضوح ، وأن تعتمد على اللغة السريعة والمباشرة والواقعية ،مع مراعاة أن الأخبار التليفزيونية تعتمد على الصورة الحية فى المقام الأول ، ولهذا نؤكد ضرورة اتفاق مضمون الأخبار التى نشاهدها مع الصوت الذى نسمعه مع الاهتمام بترتيبها ترتيباً يجذب انتباه المشاهدين ويستأثر باهتماماتهم ، ويجب أن نقدم الأخبار فى شكل قصصى إخبارى بسيط وواضح ، فالوضوح هو المطلب الأول لتحريرها ، ويجب على محرريها مراعاة وحدتها الدرامية لتقدم الواقع الذى يجيب عن التساؤلات الست المعروفة 5 w's + How من؟ وأين؟ ومتى؟ وماذا؟ وكيف؟ ولماذا؟ لتروى ما حدث وكأنه يقع فى الوقت الحاضر ؛ مما يضفى على مضمون أخباره حيوية وشفافية مع ضرورة الإيجاز بسبب قيد الوقت وضيقه والفورية Immediacy والحركة Movement وتأكيد نقاط الربط فى الخبر واللحظات التى يمكن أن تثير الاهتمام سواء بالصوت أم بالصورة، وأن يكون دقيقاً فى عرض وصياغة أخباره مع ضرورة الفصل بين وقائع الأحداث والتعليق عليها ، فالوقائع يجب أن تحظى بقدسية العرض الإخبارى الأمين ، بينما التعليقات حرة ومكانها خارج نشرات الأخبار .

١٣ – من جهة أخرى ، يجب الاهتمام ببحوث المشاهدين التى تهتم باتجاهات ومواقف المشاهدين من أخبار القناة الفضائية الأولى ، وكذلك اهتماماتهم وقيمهم وعاداتهم ؛ لأن أساس عمل رجال الأخبار فى القنوات الفضائية هو : تقديم الأخبار التى تخدم اهتمامات مشاهديها ، وتحقق بحوث

المشاهدين أثراً بالغاً وعظيماً فى نفوسهم ، كما تدعم علاقتها بهم ، والاحتفاظ بثقتهم دائماً ، خاصـــة وقد أصبحت الأخبار والأحداث الجارية جزءاً مهمًا من نتاج إجمالى خدماتها ، كما أصبحت تشكل أهمية كبيرة بالنسبة لمشاهديها ، ولهذا ، يجب الاهتمام ببحوث المشاهدين التى يمكن على ضوئها تقييم إنتاج القنوات الفضائية من نشرات إخبارية ، وأن تحذو حذو القنوات العالمية التى تهتم بهذه البحوث والدراسات اهتماماً كبيراً ، وتهتم فيها بعاداتهم وأذواقهم ومعدل مشـــاهدتهم وأدائهـــم فـــيها ، ومظاهر استفادتهم منها ، وموقفهم منها ، ووضع نتائج هذه الـــبحوث تحـــت تصرف مسئولى الأخبار فى القناة واطلاعهم عليها بما يعود عليهم بالفائدة المـــرجوة نحو تحقيق تطوير نشرات أخبارها ؛ خاصة وأن الناس تريد أن تشارك فى الأحداث المحلـــية والعربـــية وغيرها عن طريق التليفزيون ، وأن نتعايش معها عقليًا وعاطفيًا وأن تعرف حقـــيقة مايجرى ، وهذه المعرفة حق من حقوق الإنسان ، لهذا علينا ألا نهمله بل نتعامل معه بكل تقدير واحترام ونعرف رأيه وموقفه مما نقدمه له من أخبار[٢٢] .

١٤ - أهمية دعم مراكز معلومات أخبار التليفزيون المصرى ، وتزويدها بالمعلومات والأخبار التى تعتبر المادة الخام لكافة الأنشطة والفنون الإعلامية ، بحيث تيسر لمحررى الأخبار المعلومات والخلفيات التى تثرى الأحداث والوقائع التى يحررونها، وتزيد من اهتمام المشاهدين بها ، وتبرز أهمية مركز معلومـــات الأخـــبار اليوم أكثر من أى وقت مضى حيث تشكل المعلومات ، على الرغم من تنوع مصادرها وتعدد أشكالها ، والتى تختزن كمًّا هائلاً من المعلومات التى تعتبر إحدى الركائز الرئيســـية والضـــرورية لحـــياة المشاهد المعاصر فى هذا الوقت الذى يتميز بالتغييرات السريعة والأحداث المتلاحقة ، وتدخل كعنصر أساسى فى تنفيذ نشاطاته ، فهى أساس كل قرار يتخذه فى حـــياته وتشكل اتجاهاته ومواقفه وسلوكياته ، ويجب أن يتضمن مركز معلومات الأخبار مختلف المطبوعات والكتب والمراجع والدوريات من صحف ومجلات محلية وعالمية ، بالإضافة إلى التســـجيلات المســـموعة والمرئية : (ثابتة — متحركة) ، مع التوسع فى دعمها بالكوادر والكفـــاءات المتخصصة فى مجال توثيق المعلومات وتخزينها واسترجاعها ، إضافة إلى تزويدها بالأجهزة التقنية الحديثة التى تستخدم فى عمليات حفظ المعلومات واسترجاعها لتحقيق السرعة والدقة المتناهية فى تقديمها والتعامل معها، وضرورة ربطها بقواعد وشبكات المعلومات الوطنية والعربـــية والعالمـــية لتلبية الاحتياجات المعرفية للمشاهدين ، مع إفساح المجال أمام المعلومات الحديـــثة التى تظهر وتضاف يوميًا[٢٣] . وقد أثبتت البحوث والدراسات أن النشرات والبرامج

الإخبارية لها دور كبير فى تزويد المشاهدين بالمعلومات المتصلة بالأحداث الجارية والشخصيات والأماكن التى تجرى فيها[٢٤] .

١٥ - تـــزويد أخـــبار القـــناة الفضـــائية الأولى بـــأحدث الأجهزة والإمكانات بالإضافة إلى دعم أســـتوديوهات أخبار القناة الفضائية الأولى ، وحجرات الأخبار التى تخدمها بأحدث الأجهزة الـــتى تساعدهم فى تطوير العمل الإخبارى بشكل مثمر ، ومنها تزويد حجرات تحرير الأخبار بكاميرا إلكترونية ؛ لنقل أهم الأحداث على المشاهدين مباشرة من غرف تحرير الأخبار ، التى تضـــم عديـــدًا من المحررين ، الذين يقومون بتحرير أخبار النشرات وإعدادها بأسلوب يلائم القنوات الفضائية التليفزيونية ، ويقوم المحرر بأعمال كثيرة تفوق التحرير أو الكتابة ، فيستطيع القـــيام بتوليف أو مونتاج المادة المصورة لكل خبر يحرره ، ولهذا يمكن تزويد حجرات الأخبار بأجهـــزة لتولـــيف المادة الإخبارية . وفى حالة حدوث ما ليس متوقعاً من الأخبار كانقلاب عســـكرى أو نبأ مهم وعاجل ، فإنه يمكن نقل أهم الأحداث من داخل حجرات الأخبار . باستخدام كاميرا التصوير الإلكترونى ، ويجب أن يحسن المحرر الأداء ، وقد يجد المحرر نفسه أمام أحـــداث تـــتطور ، وبالتالى عليه أن يبذل قصارى جهده لإبراز الخبر العاجل ، على أن تذاع التفاصـــيل الكاملـــة فى النشرة الإخبارية التالية مباشرة . كذلك يمكن تقديم موجز للأخبار Headlines من داخل حجرات الأخبار، وبما يثرى العمل الإخبارى فى القناة الفضائية الأولى.

١٦ - مـــراعاة اهتمامات ذوى الاحتياجات الخاصة ، ومنهم المعاقون كالصم والبكم والذين تتراوح نسبتهم من ١٠ - ١٥ % من أبناء المجتمع العربى ، ولهذا يجب على القائمين على نشرات أخبار الفضائية الأولى مراعاة اهتماماتهم ، وضرورة وجود متخصصين يقدمون الأخبار بلغة الإشارة الـــتى يفهمونهـــا ، حرصـــاً على هذه الفئة من ذوى الاحتياجات الخاصة ضماناً لمشاركتها ومعايشتها أهم الأحداث ، وتهيئتهم نفسيًّا واجتماعيًّا وتشجيعهم على المشاركة ومراعاة حقهم فى معـــرفة مـــا يحدث حولهم من خلال أخبار القناة الفضائية الأولى ، وحتى يواكب المجتمع مسيرته فى نضاله الحضارى، والمعوق له ما للفرد العادى من حقوق وعليه ما عليه من واجبات، ولـــن يكـــون المجتمع طبيعيًّا ما لم يشترك المشاهد المعوق مع إخوانه جنباً إلى جنب فى مختلف ميادين الحياة ، وعلى أسس متينة من التفاهم والاحترام[٢٥] .

١٧ - التشـــويق فى تقـــديم الأخبار المصورة ، فيطالب كثير من النقاد والباحثين بضرورة التخفيف والتشـــويق عند تقديم أخبار التليفزيون ، ما يريده المشاهد من مقدمى الأخبار عرضها بطريقة شـــائقة لا قـــراءتها بطريقة مملة ، وطريقة تقديم النشرات الإخبارية تحتاج إلى أساليب الجذب والتشـــويق لتســـتأثر باهتمامات المشاهدين ، فيتحدث مقدمها ببساطة لا يقرأ وإنما يتحدث بصـــورة تلقائية وعلى طبيعته ودونما أخطاء أو حركات يحاول من خلالها جذب الأنظار إلى شخصـــه ووسامته وأناقته ، ولهذا عليه أن يفهم ويعى الأخبار أو القصص الإخبارية ويدرسها قـــبل أن يقدمهـــا ، ثم يـــأتى إلى أستوديو الأخبار ليحدثنا بما أعد ودرس من أخبار ، وهو الشخصـــية الأساســـية الـــتى ترى فى أستوديو الأخبار ، وهو العنصر الوحيد الذى لا يمكن الاســـتغناء عنه فى أخبار القنوات الفضائية ، فدونه لا يمكن عرض الأخبار News Show ، ويجب أن تكون شخصية مقدم النشرة غير متكلفة حتى لا يملها المشاهدون ولا تكون مفروضة علـــيهم فيشعرون أن مقدم الأخبار يفرض نفسه ؛ فيكون ضيفاً ثقيلاً يهربون منه إلى قنوات أخرى .

ويفضـــل المشـــاهدون أن يـــتولى تقديم الأخبار المحرر المذيع لأنه أقدر على فهم عناصر القصص الإخبارية ، وبالتالى أقدر على توصيلها للمشاهدين ، ويتوقف ذلك على مدى فهمه ودراسته وإدراكه للخـــبر ، وأن يكون صوته سليماً معبراً وليس به عيب من عيوب النطق ويكون صادقاً متميزاً بالحيوية والـــتدفق وصـــدق التعـــبير ، بحيث يقدم الأخبار بأسلوب يوحى للمشاهد أنه محرر الخبر وصاحبه ، بالإضافة إلى قدرته على إقناع المشاهدين بما يتحدث عنه ويحيط به .

ويعتـــبر مقـــدم نشرة الأخبار من أهم أشخاصها فهو واجهتها ، ويعتبره المشاهدون صديقاً لهم ، ويفضل أن يقدم نشرات الفضـــائية الأولى مقدم ومقـــدمة أخبار لا أن يشارك فى تقديمها رجـــلان أو امرأتان ؛ حتى نستفيد من التشـــويق الذى صنعه الله تعـــالى فى خلقه من الذكر والأنثى عنـــد تقديم الأخبار .

المراجع

١ - نمى عاطف عدلى . علاقة الطفل بالقنوات الفضائية العربية . ماجستير غير منشورة . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣) ، ص١٨٧

- إبراهـــيم النمر ، الإرسال الإذاعى والتليفزيونى ٢٠٠٢/٢٠٠٣ ، فى : مجلة الفن الإذاعى ، العدد ٧٢ ، أكتوبر ٢٠٠٣ . ص ١٥٠

٢ - محمد معوض وياسين الياسين ، موقف المشاهدين فى دولة الكويت من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير : دراسة ميدانية . فى : **حوليات كلية الآداب** ، الحولية ١٥ ، الرسالة ٩٨ ، ١٩٩٥ . ص٥٥ .

3 - Fang , Iriving . **Television News** , Second Edition (USA: Hasting House , 1976) , p. 67.

٤ - عصام نصر . واقع التغطية الإخبارية العربية فى القنوات الفضائية ، فى : **ندوة البث والاستقبال التليفزيونى المباشر عبر الأقمار الصناعية فى منطقة الخليج العربى** ٨- ١٠ مايو ١٩٩٤ ، العين ، جامعة الإمارات العربية ، ص ١٩

- إيمان الصياد . اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام فى وقت الأزمات : دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية والدولية ، فى : **الفن الإذاعى** ، العدد ١٧١ ، يوليو ٢٠٠٣ ، ص١٠١ .

- عاطف العبد وفوزية العلى . دراسات فى الإعلام الفضائى . (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٥) ص٥٦

5 - Fang , Iriving. **op , cit** . p. 64.

٦ - محمد معوض وعبد الباسط عبد الجليل . **علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات التليفزيونية الفضائية . فى المجلة العربية للعلوم الإنسانية** ، عدد ٧١ ، ٢٠٠٠

- عبد الرحمن محمد سعيد ، استخدامات القنوات التليفزيونية المحلية والدولية : الدوافع والإشباعات . **رسالة دكتوراه** . (القاهرة – جامعة الأزهر ، ٢٠٠٢) .

- سلاح رشاد الدواوسة ، استخدام الجمهور الفلسطينى للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة . **ماجستير** . (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠٢) .

- مروان خليل وآخرون . الأردنيون والغزو الثقافى . فى : **مجلة الدراسات الإعلامية** ، عدد ١٤ ، يناير – مارس ١٩٩٩ .

- هويـــدا مصـــطفى، اتجاهـــات الصـــفوة نحو تغطية الإعلام المصرى أحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها : دراسة اســـتطلاعية على عينة من الصفوة المصرية ، فى : **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام** ، العدد الرابع ، أكتوبر– ديسمبر ٢٠٠٣ . ص ٧٧ .

- وزارة الإعلام الكويتية، استطلاع آراء المشاهدين حول برامج القناة الفضائية . (الكويت: تليفزيون الكويت) ١٩٩٨ .

٧ - عبد السلام خليل. القناة الفضائية المصرية . فى: **مجلة الفن الإذاعى** ، العدد ١٣٣ ، ابريل ١٩٩٢ . ص٨٣– ٩٧ .

٨ - محمد معوض . الخبر التليفزيوني من المصدر إلى الشاشة . (القاهرة : دار الفكر العربي ، د . ن) ، ص١٣٩

- محمد معوض . أخبار التليفزيون . (الكويت : جهاز تليفزيون الخليج ، ١٩٨٤) ص ٦٣ .

٩ - اتحـــاد الإذاعة والتليفزيون . الخطـــة الإعلامية العامة ٢٠٠٢-٢٠٠٣ . (القـــاهرة : الاتحاد ، يوليو٢٠٠٢ . ص ١٣ - ١٥ .

١٠ - محمد معوض وبركات عبد العزيز . الخبر الإذاعي والتليفزيوني . (الكويت : دار الكتاب الحديث ، ١٩٩٦ ، ص١٥٥- ١٥٩) .

١١ - محمد معوض . الأب الثالث : الاتجاهات الحديثة لتأثيرات التليفزيون على الأطفال ، (الكويت : دار الكتاب الحديث ، ٢٠٠٠) ص٤٥ .

- زكريا الشربيني . المشكلات النفسية عند الأطفال . (القاهرة : دار الكتاب العربي ، ١٩٩٤) ص١١٣ .

١٢ - محمد معوض وياسين الياسين . مرجع سابق . ص٥٢ -٥٥ .

١٣ - محمد معوض وعبد الباسط عبد الجليل . مرجع سابق . ص١٦٧ .

١٤ - عصام نصر ، مرجع سابق ، ص٢٠ .

- حمـــزة بيت المال . استقبال القنوات التليفزيونية الفضائية في المملكة العربية السعودية ، دراسة حالة عن مدينة الرياض . في : مجلة تليفزيون الخليج ، العدد ٤ ، يناير ١٩٩٤ . ص٤٥ .

١٥ - انشراح الشال . قنوات تليفزيون فضائية في عالم ثالث . (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٣) ، ص ص ١٣٩- ١٥٠ .

١٦ - هويدا مصطفى . مرجع سابق . ص٧٧- ٧٨ .

١٧ - محمد معوض . الخبر التليفزيوني . مرجع سابق . ص١٨٣ .

١٨ - وزارة الإعلام القطرية . دور وأثر النشرات والبرامج الإخبارية في تزويد المستمعين والمشاهدين بالمعلومات والأحداث . الدوحة : وزارة الإعلام ،١٩٨٤) ، ص ص٣٥٤- ٣٥٨ .

19 - Miles W. Donald. Broadcast News Handbook, (USA, 1975), pp. 299 – 300 .

٢٠ - عبد العزيز الغنام . مدخل في علم الصحافة . (القاهرة : الأنجلو ، د. ت) ، ص١٥٢- ١٥٦ .

٢١ - محمد معوض . الخبر التليفزيوني . مرجع سابق . ص١٨٣ .

22 - Adams William, Fay , Schraibman (editors). **Television Network News ,Issues in content Research** . (USA: George , Washington University , 1978) , p. 81

- ســـعد لبيـــب . العرب وأقمار البث التليفزيوني المباشر . (١٤) سلسلة بحوث ودراسات تليفزيونية ، جهاز تليفزيون الخليج ، ١٩٩٠ . ص٥٧ .

٢٣ - محمد معوض ، حسين الأنصاري . دور مراكز المعلومات الصحفية في دولة الكويت : في المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، عدد ٥٦ ، ١٩٩٦ . ص ١٠٧ .

٢٤ - سعد لبيب . مرجع سابق . ص٥٧ .

٢٥ - عثمان فراج . كلمة في افتتاح ندوة دولية بعنوان : نحو اتجاهات أفضل للأطفال المعوقين ، اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، ٢٥- ٢٨ نوفمبر ١٩٩٩ .

استطلاع رأى الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية

دراسـة مسحية

د. ليلى حسين السيد(*)

مقـــدمة :

يعيش العالم الآن مرحلة جديدة من التطور التقنى ، حيث امتزجت فيه نتائج وخلاصات ثلاث ثورات هى : ثورة المعلومات، وثورة وسائل الاتصال المتمثلة فى تقنيات الاتصال الحديثة، وأخيراً ثورة الحاسـبات الإلكترونـية الـتى امتزجـت بكل وسائل الاتصال واندمجت معها[1]. فقد أدت الثورة التكنولوجـية الهائلـة فى مجال المعلومات والاتصال إلى تعدد وسائل الإعلام وتزايد قدرتها على جمع المعلومات وتوزيعها، ولم يعد دورها يقتصر على نقل المعلومات فقط بل أصبحت تلعب دوراً مهماً فى رسم الصور للشعوب والدول والمنظمات على حد سواء[2].

كمـا تزايد الاهتمام بالأخبار بظهور مؤسسات وقنوات جديدة، وتزايدت إمكانية النقل الحى للأحداث والمنافسة بين الوسائل الإعلامية المختلفة، وتزايدت حاجة البشرية إلى أخلاقيات الإعلام فى عصر تطورت فيه ثورة المعلومات والاتصال دون نظرية ودون أخلاقيات [3] ، حيث يوجد إجماع شبه تـام بـين ممارسى الاتصال ودارسيه ، ومتخذى القرار الاتصالى والسياسى على أن مصداقية الاتصال بصـفة عامة والجماهيرى بصفة خاصة ، هى مكون أساسى لنجاح عملية الاتصال، وأنها أحد المعايير المهمة التى على أساسها يتم التفاضل بين وسيلة إعلامية وأخرى.[4]

وعلى الرغم من ذلك فقد أوضحت نتائج كثير من الدراسات التى أجريت فى التسعينيات تناقص مصـداقية وسائل الإعلام، وتناقص احترام الجمهور لهذه الوسائل، الأمر الذى جعل البعض يؤكد أن وسائل الإعلام فى العالم كله تمر بأزمة أخلاقية، وأن الموضوعية التى لا يخلو ميثاق شرف إعلامى منها

(*) أستاذ مساعد – قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة حلوان.

تكاد تكون أســطورة أو وهمًا لا وجود لهما، حيث يكشف التحليل الدلالى وتحليل المضمون لوسائل الإعلام عن شيوع الكذب وبتر الحقائق، وتلوين الأحداث لأسباب أيديولوجية وشخصية فى المادة التى تقدمهــا وسائل الإعلام ، سواء مكتوبة أم مسموعة أم مرئية، الأمر الذى يقرب وسائل الإعلام شيئا فشيئا من ممارسات الدعاية، ولا شك أن تناقص ثقة الجمهور فى وسائل الإعلام وتناقص مصداقية هذه الوسائل يمكن أن يفقد هذه الوسائل مبررات وجودها وشرعية حريتها.(٥)

مشكلة البحث وأهدافه:

فى ضــوء ما كشفت عنه كثير من الدراسات فى الغرب من أن هناك أزمة ثقة ومصداقية فى أداء وســائل الإعــلام. وفى ضــوء ما تنص عليه مواثيق وتشريعات العمل الإعلامى من ضرورة الالتزام بالموضــوعية والحياد والدقة والمصداقية والتوازن فى التغطية الإعلامية(٦) بصفة عامة ، والإخبارية منها بصــفة خاصــة. وفى ضوء عديد من الملاحظات التى أبداها كثير من الإعلاميين (سواء الصحفيين أم الأكاديمــيين أم الممارسين) حول قناة الحرة الفضائية الأمريكية. فى ضوء ذلك كله تسعى هذه الدراسة الاستطلاعية إلى تعرف آراء عينة من الإعلاميين حول قناة الحرة الفضائية الأمريكية، لتعرف دوافعها ، ومضمونها العام ، والإخبارى ، وتأثيرها على الهوية العربية ، وجمهورها المستهدف، والصورة التى تقدم بها العرب، والأهداف التى تسعى إلى تحقيقها، ومستقبلها، ودور الإعلام العربى فى مواجهة الفضائيات الأجنبية.

كما تسعى الدراسة إلى رصد واقع الممارسة الفعلية لقناة الحرة ، ومدى تحقيق الموضوعية والحياد والتوازن والدقة ، والمصداقية فى عرض القضايا المختلفة.

وتتحدد أهداف البحث فيما يلى:

١- اســتطلاع رأى الإعلامــيين فى مصــر نحو قناة الحرة الفضائية الأمريكية حول أهدافها ودوافعها وجمهورها ومستقبلها وتأثيرها.

٢- تعرف المضمون الذى تقدمه ومدى مراعاته لمواثيق وتشريعات العمل الإعلامى.

٣- يعد هذا البحث أول دراسة استطلاعية لقناة الحرة.

الإطار الفكرى لموضوع البحث :

تســتمد هــذه الدراسة إطارها الفكرى من مدخلين منهجيين ، هما: مدخل الواقع المدرك من وسائل الإعلام، ونظرية انتشار المستحدثات .

أولا : الواقع المدرك من وسائل الإعلام :

غالـــباً ما ينظر الأفراد إلى وسائل الإعـــلام باعتبارها أدوات تعكس العالم المحيط بهم[٧]. إلا أن بعض الأفراد ينظرون إلى وسائل الإعلام بصورة مختلفة حيث يرون أنها تختار التركيز على موضوعات وقضـــايا وشخصـــيات ، لـــيس لكونها تعكس الواقع الحقيقى وإنما لتحقيق بعض المصالح والأهداف للمسيطرين على هذه الوسائل. ويمكن تلخيص الواقع المدرك من وسائل الإعلام بأنه عبارة عن : بناء مكون من ثلاثة متغيرات هى :

(أ) النافذة السحرية Magic Window

وهـــى النافذة التى يطل من خلالها المشاهد على الواقع الاجتماعى من خلال رسائل التليفزيون. وتتطلـــب دراسة هذا المتغير التمييز بين أسلوب الرسالة أو تركيبها Syntax أو القالب العام للرسالة، والدلالـــة اللفظـــية Semantic، فعلى سبيل المثال : يمكن للمشاهد أن يبنى رأيه عن واقعية الأخبار المقدمـــة مـــن خلال النشرة بناء على تركيبها، ودقة صياغتها، وشكل تقديمها من خلال المندوبين أو المراســلين Syntax، إلا أنه قد يتبنى رأيا مختلفا فيما يتعلق بمستوى الدلالة ، بالنظر إلى دوافع القائمين بالاتصال ومدى التزامهم بالدقة والموضوعية عند نقل الأحداث.

(ب) المنفعـــة Utility:

ويطلـــق على هذا المتغير أحيانا التوقعات الاجتماعية Social Expectations ، وتعنى درجة الاعتقاد بقابلية تطبيق المحتوى الإعلامى على حياة الأفراد الخاصة.

(جـــ) التوحد Ideatity:

وتعنى درجة التطابق التى يدركها المشاهد بين المواقف والشخصيات التى يقدمها التليفزيون، وبين تلـــك الـــتى يدركها فى حياته الواقعية[٨]. وقد تم تقسيم الدراسات الخاصة بالواقع المدرك من وسائل الإعلام إلى ثلاث فئات:

١- دراسات تستهدف ربط الواقع المدرك بالرسالة : ومن أبرز هـــذه الدراسات دراسة « أتيكن » (١٩٨٣)[٩]. ودراســـة "نوبل".(١٩٨٣)[١٠]. واللتان أشارتا إلى أنه عادة ما يتم التعامل مع مفاهيم الواقع المدرك والواقع الحقيقى باعتبارهما شيئا واحدا .

٢- دراســـــات تستهدف ربط الواقع المدرك بالمتلقى : مثل داسة " دينر و وودى " (١٩٨١)، ودراسة "روبن وبيرس" (١٩٨٧) . وقد أشارت هاتان الدراستان إلى خاصيتين ، هما : معاملة الواقع المدرك كمرادف لدقة وسائل الإعلام، ومعاملة الواقع المدرك كاتجاه يتنوع عبر المتلقين وليس باعتباره ناتجاً عن محتوى الرسالة.

٣- دراســـات استهدفت بناء تعريفات مفاهيمية Conceptual Definitions للواقع المدرك ، مـــثل : دراسة "هوكنـــز" (١٩٧٧)، ودراسة "بوتر" (١٩٨٨)، واللتين حددتا أربعة أبعاد نظرية للواقع المدرك ، هى : النافذة السحرية - التوقعات الاجتماعية - المحتوى Content - والسياق Context. [١١]

ثانيا : نظرية انتشار المستحدثات Diffusion of Innovations:

فالابـــتكار هو : أى فكرة جديدة أو أسلوب أو وسيلة أو قناة أو نمط يتم استخدامه فى الحياة . ويرى « روجرز » و «شوميكر » أن عملية تبنى المستحدثات الجديدة تمر بأربعة مراحل:

١- مرحلة الوعى بالمستحدث Awareness Stage: وتعنى المعرفة الأولى بالمستحدث أو الابتكار الجديد والسماع عنه.

٢- مـــرحلة الاهتمام Interest: فى هذه المرحلة يتولد لدى الفرد الرغبة فى التعرف عن قرب عن هذا المستحدث الجديد والسعى إلى جمع المزيد من المعلومات عنه.

٣- مـــرحلة التقيـــيم Evaluation: وخـــلال هذه المرحلة يزن الفرد ما تجمع لديه من معرفة ومعلومات عن المستحدث الجديد فى ضوء موقفه وسلوكه وشخصيته وتوقعاته واتجاهاته.

٤- مرحلة التبنى Adoption: حيث تتميز هذا المرحلة بالثبات النسبى، فالفرد خلالها يستطيع أن يحدد قراره بمدى فائدة المستحدث الجديد وأهميته بالنسبة له، أو انصرافه التام عنه. [١٢]

الدراسات السابقة:

نظرا لأن هذه الدراسة دراسة استطلاعية حول قناة الحرة الجديدة ، فلم تجد الباحثة أية دراسات عربية أو أجنبية تعرضت لهذه القناة، فى حين وجدت الباحثة عديدًا من الدراسات السابقة التى تناولت دراســـة اســـتطلاعات الـــرأى أو "الاتجاهات"، إلا أنها اكتفت بعرض الدراسات ذات الصلة الوثيقة بموضوع بحثها على النحو التالى :

١- دراسة « جيفرز وماركس » (١٩٨٠)[١٣]

وتهـــدف إلى تعـــرف اتجاهـــات جماعات المصالح والمؤسسات التجارية تجاه أداء وسائل الإعلام الأمريكية حول أزمة حقوق الهنود فى الصيد فى بحيرات ولاية ميتشجان الأمريكية. وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٤ مفردة من المشاركين فى مؤتمر حقوق الهنود فى الصيد. وقد أشارت النتائج إلى أن اتجاهـــات المبحوثين الأمريكيين الذين ينتمون إلى أصول هندية كانت سلبية بدرجة أكبر من المبحوثين الأمريكيين نحو أداء وسائل الإعلام الأمريكية بصفة عامة. كما أشارت النتائج إلى وجود اتجاهات سلبية أيضا لدى المبحوثين تجاه التزام وسائل الإعلام بالدقة والعمق فى تناول القضايا وعدم التوازن فى طرح الآراء، فضـــلاً عن حجم الاهتمام بالقضية نفسها. وأخيرا أشارت النتائج إلى أن الصحف كانت أكثر الوسائل الإعلامية تفضيلا لدى المبحوثين.

٢- دراسة « جارسون » (١٩٨٣)[١٤]

وتهدف إلى تعرف اتجاهات البرلمانيين الأمريكيين بولاية ويسكونسن الأمريكية حول أداء وسائل الإعـــلام تجـــاه القضايا التشريعية المطروحة بمجلسى النواب والشيوخ. وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ١٣٢ برلمانيا منهم ٣٣ من مجلس الشيوخ و٩٩ من مجلس النواب. وقد أشارت أهم النتائج إلى عـــدم وجود فروق دالة إحصائيًّا فى إدراك البرلمانيين لمدى وجود اختلافات فى تغطية الشئون البرلمانية على المستوى المحلى مقارنة بالمستوى القومى، كما أشارت النتائج إلى أن البرلمانيين الأمريكان يفضلون الاعـــتماد على وسيلتى: الراديو والتليفزيون أكثر من الصحف للحصول على المعلومات ، فيما يتعلق بالقضايا التشريعية المطروحة بالبرلمان سواء على مستوى الولاية أم المستوى القومى.

٣- دراسة « حسين أبو شنب » (١٩٩٩) [١٥]

وتهـــدف إلى اســـتطلاع آراء النخبة الفلسطينية باعتبارها تمثل قيادة التأهيل والتوعية والإعداد للوقوف على مدى علاقتها بالعولمة. وقد اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٨٢ مبحوثاً من أعضاء هيئة التدريس بالجامعتين : الإسلامية والأزهر، وكلية التربية بغزة . وقد أشارت النتائج إلى أن ثلثى المبحوثين يستمدون معلوماتهم عن العولمة من الصحف ، يليها التليفزيون والفضائيات، إضافة إلى أن العولمة تتأثر بالمنظمات الدولية ذات التأثير ؛ فهى ترتبط بالنظام الدولى وثورة العلوم والتكنولوجيا. وأخـــيراً أشـــارت النتائج إلى أن الوطن العربى يتأثر بالعولمة سلباً وإيجاباً فى المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والثقافية والدينية.

٤- دراسة « عادل ضيف » (٢٠٠٢) [١٦]

وتهدف إلى تعرف آراء واتجاهات النخبة المصرية حول كيفية قيام وسائل الإعلام بدورها لتحسين الصورة العربية والإسلامية بالخارج. وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ١٥٠ مبحوثاً من الأكاديميين بالجامعات المصرية وعددهم ٤٥ مبحوثاً، وفئة الإعلاميين من صحفيين ومذيعين ومخرجين وتضم ٦٠ مبحوثا، و٤٥ مبحوثاً من أعضاء النقابات المهنية. وقد أشارت أهم النتائج إلى أن وسائل الإعلام العربية والإسلامية لها دور كبير فى تحسين صورة العرب، إلى جانب الدور الذى يمكن أن يلعبه الاتصال الشخصى فى هذا المجال. كما أشارت النتائج إلى أن وسائل الإعلام الغربية لعبت دوراً فى تشويه صورة العرب والمسلمين ، إلى جانب الدور الذى يمارسه اليهود فى هذا الصدد.

٥- دراسة « أشرف جلال » (٢٠٠٢) [١٧]

وتهـــدف إلى تعـــرف اتجاهات القائمين بالاتصال فى مصر نحو خصخصة وسائل الإعلام. وقد طبقـــت الدراســـة على عينة قوامها ٤٥٠ مبحوثاً من القائمين بالاتصال فى الصحف المصرية المستقلة (الخاصـــة)، والمحطـــات التليفزيونية والإذاعية المتخصصة. وقد أشارت أهم النتائج إلى وجود اتجاهات إيجابية لدى غالبية القائمين بالاتصال نحو خصخصة وسائل الإعلام ، باعتبار أن ذلك يمكن أن يساهم فى حل عديد من مشكلات الإعلام المصرى، حيث يؤيد ثلاثة أرباع القائمين بالاتصال من أفراد العينة خصخصة وسائل الإعلام مقابل ١٧% يرفضونها.

٦- دراسة « أحمد أحمد عثمان » و « سامى النجار » (٢٠٠٢) [١٨]

وتهدف إلى تعرف آراء الصفوة المصرية نحو صورة الإنسان العربى فى كل من الصحف وقنوات التليفزيون العربية. وقد طبقت الدراسة على عينة من ١٥٠ مبحوثا ، شملت الصفوة الإعلامية والسياسية والأكاديمية بواقع ٥٠ مبحوثًا لكل فئة. وقد أشارت أهم النتائج إلى أن الصفوة المصرية لديها اتجاهات قويـــة رافضة لسلبيات الصورة الإعلامية للإنسان العربى فى الصحف وقنوات التليفزيون العربية، كما أشارت النتائج أيضا إلى أن هذه الاتجاهات لم تتأثر كثيرا باختلاف نوع هذه الصفوة .

٧- دراسة « خالد صلاح الدين حسن » (٢٠٠٢) [١٩]

وتهـــدف إلى تعرف اتجاهات الجمهور العام والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة ، فضـــلا عن رصد وقياس أحكام الجمهور والإعلاميين على مدى دلالة وأهمية تجربة القنوات الخاصة فى دفع أداء النظام الإعلامى فى مصر ، نحو مزيد من اللامركزية وحرية التعبير. وقد طبقت الدراسة على

عيـــنة من ٤٥٠ مبحوثاً منها ٣٠٠ مبحوث من الجمهور العام و١٥٠ مبحوثًا من الإعلاميين العاملين بالصحف وقطاعات التليفزيون المختلفة. وقد أشارت أهم النتائج إلى اتفاق الجمهور العام والإعلاميين على أن القنوات الخاصة لا تضطلع بمهام الحفاظ على الهويتين : العربية والإسلامية، وأن هذه القنوات تــتخطى حدود العادات والتقاليد والقيم السائدة فى المجتمع. كما أشارت النتائج إلى انخفاض الثقة فى القـــنوات الخاصـــة من قبل المبحوثين ، على الرغم من تمتعها بقدر مرتفع من حرية التعبير ؛ مما يدعم بدوره ديمقراطية الإعلام.

ويتضح لنا من خلال مراجعة الدراسات السابقة ما يلى:

١- خلو المكتبة المصرية والعربية والأجنبية من أية دراسات حول قناة الحرة نظرا لحداثة عهدها.

٢- لم تول أى من الدراسات السابقة الاهتمام بتحديد استطلاعات آراء الجمهور أو الإعلاميين أو الصفوة تجاه قنوات فضائية أجنبية أو عربية.

٣- أن معظم الدراسات السابقة قد ركزت على تحديد اتجاهات الإعلاميين أو النخبة المصرية أو الجمهور العام نحو أداء وسائل الإعلام بصفة عامة، أو خصخصتها، أو القنوات الخاصة، أو تقديمها لصورة العرب والمسلمين، دون التعرض إلى محتوى هذه الوسائل لتعرف اتجاهه، ومن هنا تسعى هذه الدراسة الاستطلاعية إلى تعرف آراء الإعلاميين تجاه قناة فضائية أمريكية ناطقة باللغة العربية إلى جانب تحليل كيفى لمضمونها ؛ لتعرف اتجاهات هذا المضمون وتحديده أيضاً، إضافة إلى أن هذه الدراسة تعتبر أول دراسة عربية لقناة الحرة الأمريكية.

قناة الحــرة الأمريكية:

بـــدأت قناة الحرة التليفزيونية الأمريكية الناطقة باللغة العربية بثها بعـــد ظهر يوم الجمعة الموافق ١٣ فـــبراير مـــن عام ٢٠٠٤[٢٠] . وقد بدأت القناة بثها اليومى بأربع عشرة ساعة يوميا من الأخبار والبرامج، وسوف يتم تمديدها إلى أربع وعشرين ساعة يوميا خلال أسابيع قليلة. ويستطيع المشاهدون فى الشرق الأوسط مشاهدة الحرة على القمرين : "عرب سات" و"نايل سات"[٢١] .

ويدير قناة الحرة مؤسسة شبكة تليفزيون الشرق الأوسط Middle East T.V Network, Inc وهى مؤسسة غير تجارية لا تبغى الربح المادى ويمولها الشعب الأمريكى من خلال الكونجرس، وتتلقى تمويلها بواســطـــة مجلس أمنـــاء الإذاعات الدولية The Broadcasting Board of Governors: B.B.G وهو وكالة فيدرالية تتمتع بإدارة ذاتية ، وتعنى بحماية الاستقلال المهنى ونزاهة الإعلام والإعلاميين ضمن مؤسساتها[٢٢] .

وقد أوضح السيد "نورمان باتيز" رئيس إدارة لجنة الشرق الأوسط فى مجلس الأمناء للبث فى الشرق الأوسط ، والتى تشرف على المحطة التليفزيونية ، أن قناة الحرة ستقدم آفاقاً جديدة للمشاهدين فى الشرق الأوسط، كما أنها ستخلق درجة أكبر من الفهم الحضارى والاحترام، وأضاف أن جزءا مهمًا من رسالتنا هو أن نكون مثالا أعلى على الصحافة الحرة على الطريقة الأمريكية(٢٣) .كما تهدف الحرة وفقا للمسؤولين عنها إلى الحد من نفوذ قناتى : الجزيرة والعربية الإخباريتين، وتشجيع الديمقراطية وكسب الرأى العام فى العالم العربى بحيث تصبح شبكة إخبارية متكاملة ومتوازنة(٢٤) . وتعتبر قناة الحرة أحدث مبادرة أمريكية لتحسين صورة الولايات المتحدة فى منطقة تقول واشنطن أنها تريد تشجيع الحرية والديمقراطية بها.(٢٥)

ويشرف على قناة الحرة السيد/ "موفق حرب" وهو لبنانى الأصل أمريكى الجنسية(٢٦) ، وتستهدف القناة جمهور الشباب الذين يمثلون الغالبية فى البلدان العربية(٢٧) ، وقد خصصت الولايات المتحدة الأمريكية مبلغ ٦٢ مليون دولار لتمويل القناة فى العام الأول ، وستعمل القناة جنبا إلى جنب مع إذاعة "سوا" التى بدأت بثها منذ عامين(٢٨) .

وتقدم قناة الحرة برامج متنوعة ، تشمل : الأخبار والبرامج الإخبارية وتغطية للأحداث الجارية وبرامج حوارية، بالإضافة إلى الموضوعات الحياتية والصحة واللياقة البدنية والمنوعات والترفيه والرياضة والأزياء والعلوم والتكنولوجيا(٢٩) . وتسعى إلى تقديم الأخبار الدقيقة المتوازنة والشاملة لتوسيع آفاق مشاهديها ؛ حتى يتمكنوا من تكوين آراء واتخاذ قرارات مبنية على معلومات صحيحة كما يقول المسؤولون عنها.(٣٠)

ويعمل فى الحرة فريق عمل يضم ٢٠٠ صحفى وإعلامى ، استقطبوا من وسائل إعلامية مختلفة ، تحت إدارة السيد "موفق حرب" وإشراف مجلس الأمناء وهو وكالة أمريكية مستقلة للبث الدولى حول العـــالم تشرف أيضاً على شبكة إذاعات "صوت أمريكا". ويتألف مجلس الأمناء من ٩ أعضاء : ٤ من الجمهوريين و٤ من الديمقراطيين ، إضافة إلى وزير الخارجية بحكم منصبه. والعدد الأكبر من العاملين فى القـــناة من اللبنانيين، يليهم الصحفيون والإعلاميون الأردنيون والمصريون والسوريون والفلسطينيون ، بالإضـــافة إلى عدد قليل من قطر والجزائر والعراق. وقد جهزت قناة الحرة بأحدث التجهيزات اللازمة للإعلام المرئى، ويقع مقر القناة الرئيسى فى مقاطعة "سبرنج فيلد" إحدى ضواحى ولاية فيرجينيا على بعد ٢٠ دقيقة من وسط واشنطن، وتمتلك شبكة مراسلين فى معظم أنحاء العالم العربى(٣١) .

تساؤلات البحث :

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن أحد عشر تساؤلاً على النحو التالى:

١- ما مدى مشاهدة قناة الحرة؟ وما دافع الولايات المتحدة لبثها من وجهة نظر الإعلاميين؟

٢- كيف تصنف قناة الحرة؟ وهل تتميز عن غيرها من الفضائيات؟ وما أوجه هذا التميز؟

٣- ما الأهداف التى تسعى قناة الحرة لتحقيقها؟ وما أفضل البرامج والمواد التى تقدمها؟

٤- ما رأى الإعلاميين فى مضمون قناة الحرة بصفة عامة؟ وفى المضمون الإخبارى بصفة خاصة؟

٥- هل يعتبر الإعلاميون المضمون الإخبارى للحرة أحد المصادر الرئيسية التى يثقون بها؟ وهل يتسم المضمون الإخبارى بالمصداقية؟

٦- مـــا تـــأثير قناة الحرة على الهوية العربية من وجهة نظر الإعلاميين؟ ومن جمهورها المستهدف؟ وكيف تقدم صورة العرب؟

٧- ما رأى الإعلاميين حول اتجاهات قناة الحرة؟ وهل ستنجح فى إثارة اهتمامات المواطن العربى؟

٨- هل يوافق الإعلاميون على العمل فى قناة الحرة؟ وبم يصفون من يعملون بها؟

٩- مـــا الذى يجذب المشاهد العربى لقناة الحرة؟ وما المستقبل الذى يتوقعه الإعلاميون لها؟ وكيف يمكن للإعلام العربى التصدى للدعاية الأمريكية؟

١٠- ما الاستراتيجية التى تسعى الولايات المتحدة إلى تحقيقها من خلال قناة الحرة؟

١١- ما رأى الإعلاميين فى الولايات المتحدة بصفة عامة؟

منهج البحث :

تعتمد هذه الدراسة على استخدام منهج المسح Survey ، باعتباره أنسب المناهج العلمية ملاءمة للدراســة ؛ حيــث يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظواهر فى وضعها الراهن بعد جمــع البيانات الكافية والملائمة عنها[٢٣] .

عينة البحث ومجتمعه :

اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب العينة المتاحة Available Samples فى إطار نوع العينات غــير الاحتمالية، والذى أشار إليه كل من "ويمر" و"دومينيك" بوصفه أسلوبا مناسبا لسحب وحدات

بحثية متاحة ، وسهل الوصـــول إليها بحيث تمثل مجتمع الدراسة.[٣٣] وقد اشتملت العينـــة على ١٠٠ مبحوث من الإعلاميين : الأكاديميين (أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعـــلام) ، والصحفيين (بالأهـــرام والجمهوريـــة والمساء)، والإعلاميين العاملين فى التليفزيون المصرى، والإعلاميين العاملين بالإذاعـــة المصرية بواقع ٢٥ مبحوثاً لكل فئة من الفئات الأربع[*]. وقد طبقت الدراسة المسحية خلال الفترة من ١٥-٢٥ إبريل ٢٠٠٤.

كما اشتملت عينة البحث أيضا على تحليل كيفى لمضمون قناة الحرة الأمريكية لمدة ثلاثة أسابيع خلال الفترة من ٣ - ٢٤ أبريل ٢٠٠٤ لتعرف الإطار العام لمضمون هذه القناة.

أسلوب جمع البيانات وأسلوب المعالجة:

تم تصميم استمارة استقصاء Questionnaire تحتوى على ثلاثة وعشرين سؤالاً ، بالإضافة إلى البيانات الشخصية للمبحوثين؛ لقياس مدى مشاهدة الإعلاميين لقناة الحرة الفضائية الأمريكية، وتعرف دوافع الولايات المتحدة لبث هذه القناة من وجهة نظرهم، وكيف يتم تصنيف الحرة؟ وهل تتميز عن غيرها من الفضائيات من وجهة نظرهم؟ وما أوجه هذا التميز؟ وتعرف الأهداف التى تسعى الحرة إلى تحقـــيقها؟ وأفضل المواد والبرامج التى تقدمها؟ وتعرف رأى الإعلاميين تجاه المضمون العام لقناة الحرة بصـــفة عامـــة؟ والمضـــمون الإخبارى بصفة خاصة؟ ومدى اعتمادهم على هذا المضمون الإخبارى؟ وتعـــرف تأثير قناة الحرة على الهوية العربية؟ ومن هو جمهورها المستهدف من وجهة نظر الإعلاميين؟ وكيف تقدم صورة العرب؟ وما الاستراتيجية التى تسعى الولايات المتحدة إلى تحقيقها من خلال القناة؟ وهـــل تـــتفق اتجاهات قناة الحرة مع قيم وعادات المجتمعات العربية؟ وما مدى نجاحها فى إثارة اهتمام المواطن العربى؟ وما المستقبل المتوقع للقناة؟ وهل يوافق الإعلاميون على العمل فى القناة؟ وبم يصفون من يعملون بها؟ وأخيراً كيف يتصدى الإعلام العربى للدعاية الأمريكية؟

---

* استعانت الباحثة ببعض الباحثين لمساعدتها فى ملء استمارات الاستقصاء ، وهم:

١- د. عادل عبد الغفار المدرس بقسم الإذاعة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

٢- د. نشوى الشلقانى رئيس مركز الأخبار العالمية المصورة باتحاد الإذاعة والتليفزيون.

٣- أ. محمد طلبة الشافعى الصحفى بجريدة الأهرام الدولى.

كمــا اشــتملت اســتمارة الاستقصاء على البيانات الشخصية للإعلاميين ، وتشمل : الاسم، والنوع، والعمر، والمهنة، ومكان العمل. وبعد المراجعة الدقيقة لجميع الاستمارات واستبعاد غير الصالح منها للتطبيق، تم تفريغ البيانات والاعتماد على حساب التكرارات والنسب المئوية، واستخراج الجداول البسيطة والمركبة للتوصل إلى نتائج الدراسة.

قياس الثبات والصدق:

لقـــياس ثـــبات البيانات ، استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار T-Retest ، على عينة عشوائية من عشرة مبحـــوثين تمثل ١٠% من إجمالى العينة الأصـــلية ، وقد بلغت قيمة معامل الثبات ٩٠,١% ، وهى قيمة عالية تشير إلى ثبات المقياس ودقته.

كمـــا اســـتخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهرى Face Validity لاختبار صدق صحيفة الاستقصـــاء ، من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين(*) ، الذين أشاروا إلى بعض التعديلات ، وأقروا بأن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه.

نتائج الدراسة

جدول (١) : توصيف عينة المبحوثين .

النوع				العمر							المهنة					
ذكور	إناث	الإجمالى	النسبة	أقل من ٣٠	٣٠-٤٠	٤٠-٥٠	٥٠-٦٠	أكثر من ٦٠	الإجمالى	النسبة	أكاديميون	صحفيون	إعلاميون بالتليفزيون	إعلاميون بالإذاعة	الإجمالى	النسبة
٥٩	٤١	١٠٠	١٠٠	٩	٣٣	٢٢	٢٠	٦	١٠٠	١٠٠	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	١٠٠	١٠٠

(*) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسماؤهم:

١- أ.د. منى الحديدى عميد الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام والأستاذ بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

٢- أ.د. حسن عماد مكاوى وكيل الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام والأستاذ بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

٣- أ.د. محمود شريف الأستاذ المتفرغ بقسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة حلوان.

جدول (٢) : مدى مشاهدة قناة الحرة .

مهنة الإعلاميين / مدى المشاهدة	الأكاديميون		الصحفيون		الإعلاميون بالتليفزيون		الإعلاميون بالإذاعـة		الإجمالي	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
دائماً	٦	٢٤	٧	٢٨	٢	٨	٥	٢٠	٢٠	٢٠
أحياناً	١٩	٧٦	١٨	٧٢	٢٣	٩٢	٢٠	٨٠	٨٠	٨٠
لا أشاهدها	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (٣) : دوافع الولايات المتحدة لبث قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / الدوافع	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
لتحسين صورة الولايات المتحدة الأمريكية	١٣	٥٢	٥	٢٠	٩	٣٦	١٢	٤٨
للترويج لمبادئ التغيير فى المنطقة العربية	٩	٣٦	٧	٢٨	١٠	٤٠	٤	١٦
لتغيير النظم العربية وترسيخ الديمقراطية الأمريكية	٢	٨	٣	١٢	١	٤	٤	١٦
لمواجهة قناتى الجزيرة والعربية	٣	١٢	٤	١٦	٢	٨	٤	١٦
لتحرير العقول والفكر العربى وغرس مبادئ الحرية	-	-	٤	١٦	-	-	١	٤
لتقديم الحقيقة بلا خوف أو قيود أو خطوط حمراء	١	٤	٢	٨	١	٤	-	-
هى أسلوب من أساليب الدعاية النفسية فى المنطقة العربية	١٣	٥٢	٦	٢٤	٦	٢٤	١١	٤٤
بوق جديد للدعاية الأمريكية فى المنطقة العربية	١٢	٤٨	١٤	٥٦	١٤	٥٦	٨	٣٢

* المبحوث يختار أكثر من إجابة

جدول (٤) : تصنيف قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / تصنيف قناة الحرة	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالي	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
قناة إخبارية متخصصة	٨	٣٢	٨	٣٢	١١	٤٤	١٢	٤٨	٣٩	٣٩
قناة سياسية متخصصة	٦	٢٤	٦	٢٤	١٢	٤٨	٦	٢٤	٣٠	٣٠
قناة ثقافية متخصصة	١	٤	٢	٨	١	٤	-	-	٤	٤
قناة عامة	١٠	٤٠	٩	٣٦	١	٤	٧	٢٨	٢٧	٢٧
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (٥): مدى تميز قناة الحرة عن غيرها من الفضائيات بصفة عامة من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / درجة التميز	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالي	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
نعم	٩	٣٦	٨	٣٢	٨	٣٢	٦	٢٤	٣١	٣١
لا	١٦	٦٤	١٧	٦٨	١٧	٦٨	١٩	٧٦	٦٩	٦٩
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (٦): أوجه تميز قناة الحرة عن غيرها من الفضائيات .

الإعلاميون / أوجه التميز	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالي	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
تقدم مضامين تتسم بالحرية	١	١١,١	١	١٢,٥	٢	٢٥	٣	٥٠	٧	٢٢,٦
تستخدم أساليب جديدة فى الاقناع	١	١١,١	٤	٥٠	٤	٥٠	١	١٦,٧	١٠	٣٢,٣
تقدم أفكارًا جديدة وجريئة	١	١١,١	-	-	١	١٢,٥	-	-	٢	٦,٥
تمارس الحياد فيما تقدمه	-	-	-	-	-	-	١	١٦,٧	١	٣,٢
تتسم بالسرعة والجرأة فى مضمونها	١	١١,١	-	-	-	-	١	١٦,٧	٢	٦,٥
تعتمد على مقدمين ذوى ثقافة وكفاءة عالية	٣	٣٣,٣	٢	٢٥	١	١٢,٥	-	-	٦	١٩,٤
تستخدم أساليب جديدة ومبهرة فى التقديم	٢	٢٢,٢	١	١٢,٥	-	-	-	-	٣	٩,٧
* المبحوث يختار أكثر من إجابة	إجابة عن السؤال ٩		إجابة عن السؤال ٨		إجابة عن السؤال ٨		إجابة عن السؤال ٦		٣١	٣١

جدول (٧) : الأهداف التى تسعى قناة الحرة إلى تحقيقها من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / الأهداف	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالي	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
أهداف سياسية	١٠	٤٠	٨	٣٢	٨	٣٢	١٣	٥٢	٣٩	٣٩
أهداف عسكرية وأمنية	٢	٨	١	٤	٣	١٢	٢	٨	٨	٨
أهداف اقتصادية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
أهداف اجتماعية	-	-	٢	٨	-	-	-	-	٢	٢
كل الأهداف السابقة	١٣	٥٢	١٤	٥٦	١٤	٥٦	١٠	٤٠	٥١	٥١
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (٨) : أفضل المواد والبرامج التى تقدمها قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / أفضل البرامج	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
نشرات الأخبار	٨	٣٢	٧	٢٨	٩	٣٦	١٤	٥٦	٣٨
البرامج السياسية	١٤	٥٦	١٦	٦٤	١٧	٦٨	١٩	٧٦	١٠٤
البرامج الاقتصادية	١	٤	١	٤	١	٤	٢	٨	٥
البرامج الاجتماعية	١	٤	٢	٨	١	٤	٢	٨	٦
البرامج الوثائقية	١٣	٥٢	٥	٢٠	٣	١٢	٧	٢٨	٢٨
البرامج الرياضية	-	-	١	٤	١	٤	-	-	٢
البرامج الأدبية	-	-	٢	٨	-	-	١	٤	٣
برامج العلوم	٢	٨	٣	١٢	٤	١٦	٢	٨	١١
برامج الفنون	-	-	١	٤	-	-	-	-	١
برامج المجلات التليفزيونية الشاملة	١١	٤٤	٦	٢٤	١	٤	٤	١٦	٢٢
برامج المـرأة	١	٤	-	-	-	-	-	-	١

* المبحوث يختار أكثر من إجابة.

جدول (٩) : آراء الإعلاميين تجاه المضمون العام لقناة الحرة..

الإعلاميون / المضمون العام للحرة	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
يتسم بالموضوعية	-	-	١	٤	-	-	-	-	١	١
يتسم بالحرية	٣	١٢	٣	١٢	٣	١٢	-	-	٩	٩
يتسم بالحياد	٢	٨	-	-	١	٤	-	-	٣	٣
متحيز	١١	٤٤	١١	٤٤	١٤	٥٦	١٣	٥٢	٤٩	٤٩
يتسم بالهجوم	٦	٢٤	٦	٢٤	٣	١٢	٥	٢٠	٢٠	٢٠
يتسم بالعداء	٣	١٢	٤	١٦	٤	١٦	٧	٢٨	١٨	١٨
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٠) : آراء الإعلاميين تجاه المضمون الإخبارى لقناة الحرة.

آراء الإعلاميين / المضمون الإخبارى	أكاديميون						صحفيون						إعلاميون بالتليفزيون						إعلاميون بالإذاعة						الإجمالى		
	دائماً		أحياناً		لا		دائماً		أحياناً		لا		دائماً		أحياناً		لا		دائماً		أحياناً		لا		دائماً	أحياناً	لا
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
ينقل وجهة النظر الأمريكية فقط	١٦	٦٤	٨	٣٢	١	٤	١٥	٦٠	٦	٢٤	٤	١٦	١٣	٥٢	١٠	٤٠	٢	٨	١٨	٧٢	٧	٢٨	-	-	٦٢	٣١	٧
يزيف الحقائق ويقدم أدلة خاطئة	١٠	٤٠	١٠	٤٠	٥	٢٠	١٢	٤٨	٩	٣٦	٤	١٦	١١	٤٤	١٢	٤٨	٢	٨	١٣	٥٢	١٢	٤٨	-	-	٤٦	٤٣	١١
يقدم وجهات النظر المختلفة	٤	١٦	١١	٤٤	١٠	٤٠	٥	٢٠	٨	٣٢	١٢	٤٨	٢	٨	١٢	٤٨	١١	٤٤	-	-	١٢	٤٨	١٣	٥٢	١١	٤٣	٤٦
يراعى الحياد	١	٤	٧	٢٨	١٧	٦٨	٢	٨	٨	٣٢	١٥	٦٠	١	٤	٥	٢٠	١٩	٧٦	١	٤	٤	١٦	٢٠	٨٠	٥	٢٤	٧١
يعكس الرأى العام العربى ويعبر عنه	٢	٨	٧	٢٨	١٧	٦٨	٤	١٦	٤	١٦	١٧	٦٨	١	٤	٧	٢٨	١٧	٦٨	-	-	١	٤	٢٤	٩٦	٧	١٩	٧٥
يقدم أدلة وصورًا وبيانات صادقة	٦	٢٤	٨	٣٢	١١	٤٤	٥	٢٠	٧	٢٨	١٣	٥٢	-	-	١١	٤٤	١٤	٥٦	-	-	١٠	٤٠	١٥	٦٠	١١	٣٦	٥٣
يتعاطف مع القضايا العربية	١	٤	٥	٢٠	١٩	٧٦	٣	١٢	٨	٣٢	١٤	٥٦	١	٤	٤	١٦	٢٠	٨٠	-	-	٣	١٢	٢٢	٨٨	٥	٢٠	٧٥
يتعاطف مع حكومة إسرائيل ويتبنى وجهة نظرها	١٧	٦٨	٧	٢٨	١	٤	١٧	٦٨	٤	١٦	٤	١٦	١٤	٥٦	٩	٣٦	٢	٨	٢٠	٨٠	٣	١٢	٢	٨	٦٨	٢٣	٩

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من إجابة

جـــدول (١١) : مدى اعتماد الإعلاميين على المضمون الإخبارى لقناة الحرة كإحدى مصادرهم الرئيسية.

الإعلاميون / مدى الاعتماد	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
دائماً	٢	٨	-	-	-	-	-	-	٢	٢
أحياناً	٣	١٢	٦	٢٤	٥	٢٠	٨	٣٢	٢٢	٢٢
لا	٢٠	٨٠	١٩	٧٦	٢٠	٨٠	١٧	٦٨	٧٦	٧٦
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٢) : مدى مصداقية المضمون الإخبارى لقناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / مدى المصداقية	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
إلى حد كبير	١	٤	١	٤	-	-	-	-	٢	٢
إلى حد ما	٩	٣٦	٧	٢٨	١٠	٤٠	٨	٣٢	٣٤	٣٤
لا يتسم بالمصداقية	١٥	٦٠	١٧	٦٨	١٥	٦٠	١٧	٦٨	٦٤	٦٤
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٣) : تأثير قناة الحرة على الهوية العربية من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / تأثير قناة الحرة على الهوية العربية	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالي	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
تحافظ على الهوية العربية	-	-	١	٤	٢	٨	-	-	٣	٣
تمسخ الهوية العربية وتضللها	٧	٢٨	٦	٢٤	٥	٢٠	٩	٣٦	٢٧	٢٧
تحاول تغيير الهوية لتتفق مع الهوية الأمريكية	١١	٤٤	١٤	٥٦	١٦	٦٤	١١	٤٤	٥٢	٥٢
تقضى على الهوية العربية نهائياً	٧	٢٨	٤	١٦	٢	٨	٥	٢٠	١٨	١٨
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٤) : الجمهور المستهدف لقناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / الجمهور المستهدف	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالي	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
الأطفال وصغار السن	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الشباب	٧	٢٨	١٠	٤٠	٥	٢٠	١٥	٦٠	٣٧	٣٧
المثقفين	٣	١٢	٢	٨	٢	٨	٢	٨	٩	٩
الصفوة	٢	٨	-	-	-	-	٢	٨	٤	٤
الجمهور العام	١٣	٥٢	١٣	٥٢	١٨	٧٢	٦	٢٤	٥٠	٥٠
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٥) : الصورة التى يقدم بها العرب من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / الصورة التى يقدم بها العرب	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
العرب ديمقراطيون	-	-	١	٤	-	-	-	-	١
العرب دعاة سلام	١	٤	-	-	-	-	-	-	١
العرب متقدمون ومبدعون	-	-	-	-	١	٤	-	-	١
العرب يتسمون بالقوة والشجاعة	١	٤	١	٤	٢	٨	-	-	٤
العرب يغتصبون حقوق الآخرين	١٢	٤٨	٦	٢٤	٩	٣٦	٥	٢٠	٣٢
العرب إرهابيون	١٤	٥٦	١٤	٥٦	١٠	٤٠	٢٠	٨٠	٩٠
العرب متخلفون وفاشلون	١١	٤٤	٧	٢٨	١٤	٥٦	١٠	٤٠	٤٢
العرب يتسمون بالضعف والجبن	١٥	٦٠	١٠	٤٠	٩	٣٦	٩	٣٦	٤٣

* المبحوث يختار أكثر من إجابة.

جـــدول (١٦) : مدى توافق اتجاهات قناة الحرة مع قيم وعادات المجتمعات العربية من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / الاتجاهات	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
تتفق بشدة	٢	٨	٢	٨	-	-	-	-	٤	٤
تتفق إلى حد ما	١٠	٤٠	٨	٣٢	١٠	٤٠	٦	٢٤	٣٤	٣٤
لا تتفق مطلقاً	١٣	٥٢	١٥	٦٠	١٥	٦٠	١٩	٧٦	٦٢	٦٢
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٧): مدى نجاح قناة الحرة فى إثارة اهتمامات المواطن العربى من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميين / إثارة الاهتمامات	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
إلى حد كبير	٣	١٢	٣	١٢	٢	٨	-	-	٨	٨
إلى حد ما	١٠	٤٠	٥	٢٠	١٦	٦٤	٥	٢٠	٣٦	٣٦
لا تثير الاهتمامات	١٢	٤٨	١٧	٦٨	٧	٢٨	٢٠	٨٠	٥٦	٥٦
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٨) : موافقة الإعلاميين على العمل فى قناة الحرة .

الإعلاميين / الموافقة	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
نعم	٤	١٦	٥	٢٠	٢	٨	١	٤	١٢	١٢
لا	٢١	٨٤	٢٠	٨٠	٢٣	٩٢	٢٤	٩٦	٨٨	٨٨
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٩) : صفات من يعملون فى قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / صفات من يعملون فى قناة الحرة	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
يتمتعون بالجرأة والشجاعة	٣	١٢	١	٤	٢	٨	٢	٨	٨
يتمتعون بالحرية والديمقراطية	١	٤	٣	١٢	٢	٨	٢	٨	٨
يبيعون أنفسهم من أجل المال	١٣	٥٢	٩	٣٦	١٢	٤٨	١٥	٦٠	٤٩
لا يؤمنون بالقضايا العربية	٩	٣٦	١١	٤٤	٩	٣٦	١٠	٤٠	٣٩
خارجين على حدود الشريعة والدين	٤	١٦	١	٤	٣	١٢	٤	١٦	١٢
يرغبون فى الشهرة وحب الظهور	١٧	٦٨	٦	٢٤	٩	٣٦	٩	٣٦	٤١
للحصول على أجور عالية	٦	٢٤	٢	٨	٢	٨	١	٤	١١

* ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من إجابة.

جدول (٢٠) : أسباب جذب المشاهد العربى لمتابعة قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / أسباب الجذب	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
لأنها قناة أمريكية	١٥	٦٠	٩	٣٦	٦	٢٤	١٧	٦٨	٤٧
لضعف القنوات العربية	٤	١٦	٤	١٦	٢	٨	٧	٢٨	١٧
للمقارنة بينها وبين القنوات العربية	١٠	٤٠	٧	٢٨	٩	٣٦	٨	٣٢	٣٤
لقوة المحتوى الذى تقدمه وسرعته	٥	٢٠	١	٤	٤	١٦	-	-	١٠
لتقديها كافة الموضوعات والقضايا بحرية	٤	١٦	٢	٨	١	٤	٢	٨	٩
للفضول وحب متابعة كل جديد	١٧	٦٨	١٠	٤٠	١٨	٧٢	١٢	٤٨	٥٧

* ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من إجابة.

جدول (٢١) : مستقبل قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / مستقبل القناة	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى	النسبة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
لن تستطيع الصمود طويلاً فى المنطقة العربية	٧	٢٨	١٣	٥٢	٧	٢٨	٩	٣٦	٣٦	٣٦
سيكتشف الجمهور عدم مصداقيتها وينصرف عنها	١٥	٦٠	٨	٣٢	١٣	٥٢	١٤	٥٦	٥٠	٥٠
ستصبح أهم قناة خلال فترة قصيرة	-	-	١	٤	٣	١٢	١	٤	٥	٥
ستنجح فى القضاء على بعض الفضائيات العربية	-	-	٢	٨	١	٤	-	-	٣	٣
ستصبح المصدر الرئيسى للأخبار فى المنطقة العربية	٣	١٢	١	٤	١	٤	١	٤	٦	٦
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (٢٢) : طرق تصدى الإعلام العربى للدعاية الأمريكية من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميون / طرق التصـــدى	أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة		الإجمالى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
بث قنوات عربية بلغات أجنبية موجهة للخارج	١١	٤٤	٢٠	٨٠	٢٠	٨٠	١٩	٧٦	٧٠
تنشيط جماعات الضغط العربية فى الخارج	١٥	٦٠	١١	٤٤	٩	٣٦	١٠	٤٠	٤٥
بث برامج موجهة للخارج من خلال الفضائيات العربية	١	٤	٤	١٦	٦	٢٤	٦	٢٤	١٧
التخلص من القوانين والتشريعات المقيدة للحريات	١٩	٧٦	٥	٢٠	٧	٢٨	٥	٢٠	٣٦

* ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من إجابة.

جدول (٢٣) : الإستراتيجية التى تسعى الولايات المتحدة إلى تحقيقها من خلال قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الإعلاميين / الإستراتيجية	أكاديميون						صحفيون						إعلاميون بالتليفزيون						إعلاميون بالإذاعة						الإجمالى		
	دائماً		أحياناً		لا		دائماً		أحياناً		لا		دائماً		أحياناً		لا		دائماً		أحياناً		لا		دائماً	أحياناً	لا
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
تعليم المواطن العربى الديمقراطية على الطريقة الأمريكية	١٣	٥٢	٨	٣٢	٤	١٦	١٣	٥٢	٧	٢٨	٥	٢٠	١١	٤٤	٧	٢٨	٧	٢٨	٩	٣٦	١٠	٤٠	٦	٢٤	٤٦	٣٢	٢٢
إحداث التغيير الشامل فى المنطقة العربية بأثرها	١٩	٧٦	٤	١٦	٢	٨	١٢	٤٨	١١	٤٤	٢	٨	١٢	٤٨	٨	٣٢	٥	٢٠	١٠	٤٠	١١	٤٤	٤	١٦	٥٣	٤٤	١٣
غرس روح التغيير من الداخل لدى المواطن العربى	١٥	٦٠	٨	٣٢	٢	٨	١٠	٤٠	٧	٢٨	٨	٣٢	١٠	٤٠	٨	٣٢	٧	٢٨	٩	٣٦	٦	٢٤	١٠	٤٠	٤٤	٢٩	٢٧
إبراز الدور الأمـــريكى فى دعم السلام فى المنطقة العربية	١٢	٤٨	١١	٤٤	٢	٨	١٤	٥٦	٦	٢٤	٥	٢٠	١٤	٥٦	٩	٣٦	٢	٨	١٨	٧٢	٥	٢٠	٢	٨	٥٨	٣١	١١
إثارة الشعوب ضد الأنظمة العربية	١٣	٥٢	٨	٣٢	٤	١٦	١٢	٤٨	٧	٢٨	٦	٢٤	١٥	٦٠	٩	٣٦	١	٤	١٩	٧٦	٥	٢٠	١	٤	٥٩	٢٩	١٢

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من إجابة

جدول (٢٤) : آراء الإعلاميين تجاه الولايات المتحدة بصفة عامة .

الإعلاميون / الآراء	أكاديميون						صحفيون						إعلاميون بالتليفزيون						إعلاميون بالإذاعة						الإجمالى		
	دائماً		أحياناً		لا		دائماً		أحياناً		لا		دائماً		أحياناً		لا		دائماً		أحياناً		لا		دائماً	أحياناً	لا
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
القطب الأوحد الذى يقود العالم	٢٥	١٠٠	-	-	-	-	١٨	٧٢	٥	٢٠	٢	٨	٢١	٨٤	١	٤	٣	١٢	١٧	٦٨	٦	٢٤	٢	٨	٨١	١٢	٧
مركز الحرية والديمقراطية فى العالم الحر	١	٤	٥	٢٠	١٩	٧٦	٤	١٦	٣	١٢	١٨	٧٢	٢	٨	٥	٢٠	١٨	٧٢	-	-	١٠	٤٠	١٥	٦٠	٧	٢٣	٧٠
نموذج الرفاهية والوفرة فى العالم	٥	٢٠	٧	٢٨	١٣	٥٢	٧	٢٨	٥	٢٠	١٣	٥٢	٨	٣٢	٩	٣٦	٨	٣٢	١	٤	١٤	٥٦	١٠	٤٠	٢١	٣٥	٤٤
نموذج واضح للاستعمار فى شكل جديد	٢٠	٨٠	٤	١٦	١	٤	١٨	٧٢	٤	١٦	٣	١٢	٢٢	٨٨	٢	٨	١	٤	٢١	٨٤	٣	١٢	١	٤	٨١	١٣	٦
قوة سياسية وعسكرية غاشمة	٢٠	٨٠	٤	١٦	١	٤	١٩	٧٦	٣	١٢	٣	١٢	٢٣	٩٢	٢	٨	-	-	٢٣	٩٢	٢	٨	-	-	٨٥	١١	٤
المؤيد الأكبر للكيان الصهيونى	٢١	٨٤	٢	٨	٢	٨	٢٢	٨٨	٢	٨	١	٤	٢٤	٩٦	١	٤	-	-	٢٥	١٠٠	-	-	-	-	٩٢	٥	٣

مناقشة النتائج

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول (١) والخاص بتوصيف عينة الدراسة ، أنه فيما يتعلق بالنوع فقـــد بلغت نسبة الذكور من الإعلاميين ٥٩% مقابل ٤١% للإعلاميات. وفيما يتعلق بالعمر بلغت نسبة من تقل أعمارهم عن ثلاثين عاماً من الإعلاميين ٩% فقط مقابل ٦% تزيد أعمارهم عن ستين عامـــا ، فى حين بلغت نسبة من تتراوح أعمارهم بين ٣٠- ٤٠ سنة ٣٣%، وبين ٤٠- ٥٠ ســـنة ٣٢%، وبين ٥٠- ٦٠ سنة ٢٠% وأخيراً بالنسبة للمهنة فقد بلغت نسبة كل فئة من الفئات الإعلامية الأربع : (الأكاديميين- الصحفيين- الإعلاميين بالتليفزيون- الإعلاميين بالإذاعة) ٢٥% فقط.

أولا : تساؤلات الدراسة:

نظـــراً لأن هذه الدراسة تعتبر دراسة استطلاعية حول قناة الحرة الفضائية الأمريكية، ونظراً لعدم وجود دراسات سابقة سواء عربية أم أجنبية تتناول موضوع البحث. لذا ، فإن الباحثة لم تستطع ربط نـــتائج دراســـتها بنـــتائج الدراســـات السابقة لعدم توافرها، ومن ثم اتجهت إلى ربطها ببعض الآراء والكـــتابات للإعلامـــيين الأكاديمـــين والصحفيين والعاملين بالإذاعة والتليفزيون من خلال ما نشر بالصـــحف والمجـــلات وعـــبر شبكة الإنترنت. بالإضافة إلى بعض الدراسات السابقة القليلة الخاصة بالتساؤلات ، التى تدور حول صورة كل من الولايات المتحدة الأمريكية وصورة العرب.

(١) ما مدى مشاهدة قناة الحرة؟ وما دافع الولايات المتحدة لبثها من وجهة نظر الإعلاميين؟

تشير بيانات الجدول (٢) والخاص بمدى مشاهدة الإعلاميين لقناة الحرة إلى أن نسبة ٢٠% فقط هى التى تحرص على المشاهدة الدائمة والمنتظمة للقناة، فى حين أن ٨٠% منهم يشاهدون القناة بطريقة غير منتظمة (أحياناً). وقد جاء الإعلاميون الصحفيون فى مقدمة الإعلاميين الذين يشاهدون قناة الحرة بصـــورة دائمـــة بنســـبة ٨٢%، يليهم الأكاديميون بنسبة ٢٤%، فى حين جاء الإعلاميون العاملون بالتلـــيفزيون فى مؤخرة الإعلاميين الذين يشاهدون بصورة منتظمة ودائمة بنسبة ٨% وإن كانوا أكثر الإعلاميين للمشاهدة غير المنتظمة (أحياناً) بنسبة ٢٩%.

وتشـــير بيانات الجدول (٣) ، والخاص بدوافع الولايات المتحدة لبث قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين ، إلى أنهم يرون أن الدافع الأساسى لبث هذه القناة : هى أنها بوق جديد للدعاية الأمريكية فى المنطقة العربية بنسبة ٤٨% ، يليها رغبة الولايات المتحـــدة فى تحسين صورتها فى المنطقة العـــربية بنسبة ٣٩%.

وقد جاء فى مقدمة دوافع الإعلاميين الأكاديميين دافع رغبة الولايات المتحدة فى تحسين صورتها، ودافع أنها تعبر عن أسلوب من أساليب الدعاية فى المنطقة العربية بنسبة ٥٢% لكل منهما. أما بالنسبة للإعلامـــيين الصحفيين والعاملين بالتليفزيون فإنهم يرون أنها بوق جديد للدعاية الأمريكية فى المنطقة العربـــية بنسبة ٥٦% وأخيرا بالنسبة للإعلاميين بالإذاعة فإنهم يرون أن الحرة بُثت لتحســـين صورة الولايـــات المتحدة فى المنطـــقة العربية كدافع أساسى من وجهة نظرهم ، وتتفق هذه النتيجة مع آراء كل من "جيهان رشتي"[٤٣] و"ماجى الحلواني"[٣٥] و "سامى الشريف"[٣٦] و"حسين أمين"[٣٧] و"سلامة أحمد سلامة"[٣٨] و"محمد الغيـــطي"[٣٩] و"أنور عبد اللطيف"[٤٠] وشبكة CNN [٤١] .

(٢) كيف تصنف قناة الحرة؟ وهل تتميز عن غيرها من الفضائيات؟ وما أوجه هذه التميز؟

تشـــير بيانات الجدول (٤) إلى أن نسبة ٣٩% من الإعلاميين يصنفون قناة الحرة باعتبارها قناة إخبارية متخصصة، يليها نسبة ٣٠% ترى أنها قناة سياسية فى المقام الأول.

وفيما يتعلق بالآراء المنفصلة لكل فئة من فئات الإعلاميين الأربع ، فقد جاءت النتائج مختلفة إلى حد ما، حيث يصنف الإعلاميون الأكاديميون والصحفيون قناة الحرة بإعتبارها قناة عامة بنسبة ٤٠% ، ٣٦% لكـــل فـــئة، بيـــنما يصنف الإعلاميون بالتليفزيون قناة الحرة بأنها قناة سياسية بنسبة ٤٨%، ويصنفها الإعلاميون بالإذاعة باعتبارها قناة إخبارية بنسبة ٤٨%. وتتفق هذه النتيجة مع ماكتبه "أحمد الجهيني" من أن الحرة لا تعدو أن تكون أكثر من قناة إخبارية عادية لا تزيد على قنوات مثل العالم أو المستقلة الإخباريتين.[٤٢]

كذلـــك تشـــير بيانات الجدول (٥) إلى أن ٦٩% من الإعلاميين يرون قناة الحرة لا تتميز عن الفضائيات الأخرى سواء العربية أم الأجنبية، مقابل نسبة ٣١% فقط يرون أنها قناة مميزة. وقد جاءت أعـــلى نسبة تميز من جانب الإعلاميين الأكاديميين بنسبة ٣٦%، بينما جاءت أعلى نسبة ترى أنها غير مميزة للإعلاميين بالإذاعة بنسبة ٧٦%.

وفيما يتعلق بأوجه هذه التميز تشير بيانات الجدول (٦) إلى أن الإعلاميين الأكاديميين يرون أن قـــناة الحرة تتميز باعتمادها على مذيعين ومقدمين ذوى كفاءة وقدرة عالية بنسبة ٣٣,٣%، وتختلف هذه النتيجة مع ما تراه "هالة حشيش" من أن المذيعـــين بقناة الحرة يحتاجون إلى تدريب مكثف خاصة للقـــائمين على نشرات الأخبار[٤٣]. فى حين يرى الإعلاميون الصحفيون والعاملون بالتليفزيون أن أهم ما يميز قناة الحرة أنها تستخدم أساليب جديدة ومبهرة فى الإقناع بنسبة ٥٠%. وأخيرا يرى الإعلاميون بالإذاعة أنها تتميز بتقديم مضامين تتسم بالحرية بنسبة ٥٠%.

(٣) ما الأهداف التى تسعى قناة الحرة إلى تحقيقها؟ وما أفضل البرامج والمواد التى تقدمها؟

تشـــير بيانات الجدول (٧) إلى أن ٥١% من الإعلاميين بصفة عامة يرون أن أهم الأهداف التى تسعى قناة الحرة إلى تحقيقها من وجهة نظرهم هى عبارة عن مزيج من الأهداف السياسية والعسكرية والأمنـــية والاقتصادية والاجتماعية بنسبة ٥١%، تليها رؤيتهم بأنها تسعى إلى تحقيق أهداف سياسية فقط فى المقام الأول بنسبة ٣٩%.

وعـــلى مستوى الفئات الأربع للإعلاميين يتفق الإعلاميون الأكاديميون مع الصحفيين والعاملين بالتليفزيون على أن الحرة تسعى إلى تحقيق هـــذا المزيج من الأهداف السابقة بنسبة ٥٢% ، ٥٦% ، ٥٦% على التوالي، بينما يرى الإعلاميون بالإذاعة أنها تسعى إلى تحقيق أهداف سياسية فى المقام الأول بنسبة ٥٢%.

وفيما يتعلق بأفضل المواد والبرامج التى تقدمها قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين، تشير بيانات الجدول (٨) إلى أن البرامج السياسية تحتل المكانة الأولى فى تفضيلاتهم، يليها نشرات الأخبار ، فالبرامج الوثائقية فى حين جاءت برامج الفنون وبرامج المرأة فى مؤخرة تفضيلاتهم وتتفق هذه النتيجة مع ما تراه "ماجدة السبع" من أن برامج المرأة بالحرة أقل بكثير من البرامج التى يقدمها التليفزيون المصرى والقنوات العربية الأخرى[٤٤].

وفيما يتعلق بأفضليات الفئات الأربع للإعلاميين (أكاديميين – صحفيين- بالتليفزيون- بالإذاعة) فقد جاءت البرامج السياسية فى مقدمة أفضلياتهم بنسبة ٥٦% ، ٦٤% ، ٦٨% ، ٧٦% على التوالي. وتـــتفق هـــذه النتـــيجة مع ما توصلت إليه دراسة "بلسي" والتى تشير إلى أن الجمهور يلجأ دائما إلى التليفزيون سواء الأرضى أم الفضائى ، كمصدر أساسى للحصول على الأخبار وأحداث العالم والشئون الجارية.[٤٥]

(٤) ما رأى الإعلاميين فى مضمون قناة الحرة بصفة عامة؟ وفى المضمون الإخبارى بصفة خاصة؟

تشير بيانات الجدول (٩) إلى أن نسبة ٤٩% من الإعلاميين يرون أن المضمون العام لقناة الحرة يتســـم بالتحيز، يليه نسبة ٢٠% ترى أنه يتسم بالهجوم على المنطقة العربية، و١٨% يرون أنه يتسم بالعداء لشعوب المنطقة العربية . وفى المقابل ترى نسبة ١% فقط أن مضمون الحرة يتسم بالموضوعية ، و٣% يرون بأنه يتسم بالحياد. وتتفق هذه النتيجة الضعيفة مع ما يراه "أنور عبد اللطيف" من أن قناة الحـــرة ينبغى أن تكون حرة وتنحاز إلى شعوب الشرق الأوسط وقضاياهم العادلة فى مواجهة الكذب والادعاء ، وإما أن تكتفى بادعاء الحياد بين الجلاد وضحاياه[٤٦].

وتشير بيانات الجدول (١٠) والخاص بآراء الإعلاميين تجاه المضمون الإخبارى لقنـــاة الحرة إلى أن الإعلامـــيين يرون أن المضمون الإخبارى للحـــرة دائماً ما يتعاطف مع الحكومة الإسرائيلية ويتبنى وجهـــة نظرها فى المقام الأول ، يليه أنه عادة ما تغلب عليه وجهة النظر الأمريكية ، سواء من حيث الشكل أو المضمون فى المقام الثانى ، يليه أنه كثيراً ما يزيف الحقائق ويقدم أدلة خاطئة.

وفـــيما يـــتعلق بـــآراء الفئات الأربع للإعلاميين فإنه يوجد إجماع تام بينهم على أن المضمون الإخـــبارى للحرة دائماً ما يتعاطف مع إسرائيل ويقدم وجهة نظرها بنسبة ٦٨% ، ٦٨% ، ٥٦%، ٨٠% عـــلى التوالى لكل فئة من الإعلاميين، يليه اتفاقهم على أن المضمون الإخبارى دائماً ما يعتنق وجهـــة النظر الأمريكية ويتبناها فى المرتبة الثانية بنسبة ٦٤%، ٦٠%، ٥٢% ، ٧٢% على التوالى . وتـــتفق هذه النتيجة مع ما يراه "حسين أمين"(٤٧) و"أحمد أبو صالح"(٤٨). كذلك يرى الإعلاميون أن المضمون الإخبارى لقناة الحرة يتعمد دائماً تزييف الحقائق وتقديم أدلة خاطئة وغير حقيقية. وتتفق هذه النتـــيجة مع ما تتبناه بعض النظريات الحديثة للاتصال ، والتى ترى أن وسائل الإعلام (قناة الحرة) فى كثير من الأحيان غالبا ما تقدم بيئات زائفة فى عقول الجماهير Pseudo-Environment. (٤٩)

(٥) هـــل يعتبر الإعلاميون المضمون الإخبارى للحرة أحد المصادر الرئيسية التى يثقون بها ؟ وهل يتسم المضمون الإخبارى بالمصداقية ؟

تشير بيانات الجدول (١١) والخاص بمدى اعتماد الإعلاميين على المضمون الإخبارى لقناة الحرة كأحد المصادر الرئيسية لهم إلى أن نسبة ٧٦% منهم لا يعتمدون على هذا المضمون الإخبارى بصورة دائمـــة ، ولا يـــثقون بـــه مقابل ٢% فقط هى التى ترى أن المضمون الإخبارى يعتبر مصدراً رئيسيًّا لمعلوماتهم ومصدراً لثقتهم بصورة دائمة.

وحول آراء الفئات الأربع للإعلاميين فإنه يوجـــد إجماع تام بينهم على أن المضمون الإخبارى لا يعتـــبر مصدراً رئيسيًّا لمعلوماتهم ، ولا يستطيعون الثقة فيه بصـــورة دائمة بنسبة ٨٠% ، ٧٦% ، ٨٠% ، ٦٨% على التوالى لكل من الإعلاميين . وتتفق هـــذه النتيجة مع ما تراه "منى الحديدى" من أن الحرة لا تعتبر مصدراً مهمًّا لمعلوماتها(٥٠) . ولم يذكر أى من الإعلاميين الصحفيين والعاملين بالإذاعة والتليفزيون أن الحرة مصدر دائماً لمعلوماتهم، بينما ذكرت نسبة ٨% فقط من الإعلاميين الأكاديميين أن المضمون الإخبارى للحرة يمكن أن يعتمدوا عليه بصورة دائمة ويصبح مصدر ثقتهم .

وفـــيما يتعلق بمدى التزام المضمون الإخبارى للحرة بالمصداقية من وجهة نظر الإعلاميين ، تشير بيانات الجدول (١٢) إلى أن نسبة ٦٤% من الإعلاميين يرون أن المضمون الإخبارى للحرة لا يتسم بالمصداقية، مقابل نسبة ٥٢% ترى أن المضمون الإخبارى لها يلتزم بالمصداقية إلى حد كبير.

وفيما يتعلق بآراء الفئات الأربع للإعلاميين ، تشير بيانات الجدول نفسه إلى أنه يوجد إجماع تام بيـــنهم على أن المضمون الإخبارى للحرة يفتقد المصداقية ولا يراعيها بنسبة ٦٠%، ٦٨%، ٦٠%، ٨٦% على التوالى لكل فئة من الإعلاميين. وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه كل من "ابراهيم الصياد"[٥١] "وعبد المنعم سعيد"[٥٢] من أن قناة الحرة تفتقد المصداقية بدرجة كبيرة. كما تتفق هذه النتيجة مع ما توصـــل إليه كل من "وانتا" و"يو واي" فى دراستهما التى تشير إلى أنه حينما ينظر الأفراد إلى وسائل الإعلام باعتبارها ذات مصداقية عالية ، يزيد اعتمادهم عليها وثقتهم فيها ومصداقيتهم لها، وحينما تقل مصداقيتهم للوسائل يقل معها اعتمادهم عليها[٥٣].

(٦) مـــا تأثير قناة الحرة على الهوية العربية من وجهة نظر الإعلاميين ؟ ومن جمهورها المستهدف ؟ وكيف تقدم صورة العرب ؟

تشير بيانات الجدول (١٣) والخاص بمدى تأثير قناة الحرة على الهوية العربية من وجهة الإعلاميين إلى أن نســـبة ٥٢% مـــنهم يرون أن الحرة تحاول تغيير الهوية العربية لتتفق مع الهوية الأمريكية، يليها محاولـــة قناة الحرة تضليل الهوية العربية ومسخها بنسبة ٧٢% . وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه "عدلى رضا" من أن الحرة تعمل على إضعاف الهوية العربية ؛ لأنها تريد تسطيح العقل العربى وسلخه من قيمه وتاريخـــه وتراثه وعاداته وتقاليده[٥٤] . كما تتفق مع ما تراه "ابتسام الهوارى" من أن الحرة تسعى إلى مسخ وتضليل هوية المنطقة العربية وانتماءاتها.[٥٥]

وفيما يتعلق بآراء الفئات الأربع من الإعلاميين ، فإنه يوجد إجماع تام بينهم على أن الحرة تحاول تغيير الهوية العربية ؛ لكى تتفق مع الهوية الأمريكية بنسبة ٤٤%، ٥٦%، ٦٤%، ٤٤% على التوالى لكل فئة من الإعلاميين ، يليها أنها تحاول تضليل الهوية العربية ومسخها، ثم محاولتها القضاء على الهوية العربية نهائيا بنسبة ٢٨%، ١٦%، ١٨%، ٢٠% على التوالى . وعلى الجانب الآخـــر لم يذكر أحد مـــن الأكاديميين أو الإعلاميين بالإذاعة أن قناة الحرة يمكن أن تحافظ على الهوية العربية بأى شكل من الأشكال.

وتشير بيانات الجدول (١٤) والخاص بالجمهور المستهدف لقناة الحرة من وجهة الإعلاميين إلى

أن ٥٠% منهم يرون أنها تستهدف الجمهور العام ، يليها نسبة ٣٧% ترى أنها تستهدف الشـباب ، و٩% يرون أنها تستهدف المثقفـين ، ولم يذكر أحد من الإعلاميين أن الحـرة تستهدف الأطفـال صغار السن .

وعـلى مستوى الفئات الأربع يجمع الإعلاميون الأكاديميون والصحفيون والعاملون بالتليفزيون عـلى أن الحرة تستهدف الجمهور العام فى المقام الأول ، بنسبة ٥٢% ، ٥٢% ، ٧٢% على التوالى لكل فئة . فى حين يرى الإعلاميون بالإذاعة أن قناة الحرة تستهدف قطاع الشـباب فى المرتبة الأولى بنسبة ٦٠%، وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه "سامى الشريف" من أن قناة الحرة تستهدف الوصول إلى قطاع الشباب(٥٦). كذلك تجمع الفئات الأربع من الإعلاميين على أن المثقفين يحتلون المرتبة الثالثة من حيـث فئات الجمهور التى ترغب قناة الحرة فى الوصول إليها ، وإن كان ذلك بنسب ضعيفة. وتتفق هـذه النتيجة مع ما تراه "منى الحديدى" ؛ حيث ترى أن تأثير الحرة لن يكون قويا على المثقفين ؛ لأن المثقف عادة لديه مصادر أخرى متعددة للمعلومات(٥٧). وكذلك تتفق هـذه النتيجة مع ما يراه "سيد محمود" من أن الحـرة لا يمكن أن تخترق المثقف المصرى ولا العربى ؛ لأنه بطبيعته فطن وكيس ، وله مصادر متعددة للمعلومات ينهل منها(٥٨).

وأخـيرا تشـير بـيانات الجدول (١٥) والخاص بالصورة التى يقدم بها العرب من وجهة نظر الإعلاميين إلى أن نسبة ٩٠% منهم يرون أن صورة العرب عادة ما تصفهم بالإرهابيين، يليها ٤٣% يرون أنها تتسم بالضعف والجبن، ثم ٤٢% يرون أنهم متخلفون وفاشلون. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عديد من الدراسات الإعلامية السابقة مثل دراسة "نوال الصفتى"(٥٩)، ودراسة "سها فاضل"(٦٠) ودراسة ميرفـت الطرابيشـى" و"مهـا الطرابيشي"(٦١). وتؤكد جميع هذه الدراسات وصـف العرب دائما بالإرهابيين والمتخلفين والفاشـلين ومغتصبى حقوق الآخرين سواء فى الصحف أم المجلات الأمريكية.

أما بالنسبة لآراء الفئات الأربع للإعلاميين فقد اشترك كل من الإعلاميين الصحفيين والإعلاميين بالإذاعة على أن صورة العرب عادة ما تصفهم بالإرهابيين فى المقام الأول. فى حين يرى الأكاديميون أن صورة العرب عادة ما تصفهم بالضعف والجبن فى المرتبة الأولى ، أما بالنسبة للإعلاميين بالتليفزيون ، فإنهم يرون أن صورة العرب عادة ما تتسم بالتخلف والفشل. ولم يذكر سوى إعلامى واحد فقط من الفئات الأربع أن صورة العرب عادة ما تصفهم بالديمقراطيين أو دعاة السلام أو المتقدمين والمبدعين.

ويتضح لنا من خلال مراجعة النتائج السـابقة والخاصة بصورة العرب أنها غالبا ما تكون سلبية لدى وسائل الإعلام الأمريكية ، ويتضح ذلك من دراسات كل من "جورج المصرى"(٦٢) ، و"شاهين

جاك"[٦٣] "وعصام موسى"[٦٤] "وبسيونى حمادة"[٦٥] والتى تشير جميعها إلى أن وسائل الإعلام الأمريكية غالباً ما تصور العرب بصورة سلبية، وتقدمهم فى صورة الإرهابى، والخائن، ومغتصب حقوق الآخرين.

(٧) ما رأى الإعلاميين حول اتجاهات قناة الحرة؟ وهل ستنجح فى إثارة اهتمامات المواطن العربى ؟

تشـــير بيانات الجدول (١٦) والخاص بمدى توافق اتجاهات قناة الحرة مع قيم وتقاليد المجتمعات العربية من وجهة نظر الإعلاميين إلى أن نسبة ٦٢% منهم ترى أن اتجاهات الحرة لا تتوافق مطلقاً مع قـــيم وعادات وتقاليد المجتمعات العربية، مقابل نسبة ٤% فقط هى التى ترى أن اتجاهات الحرة تتفق بشدة مع المجتمعات العربية.

وأمـــا بالنســـبة لآراء الفئات الإعلامية الأربع فإنه يوجد إجماع تام بين الفئات الأربع على أن اتجاهات قناة الحرة لا تتفق بأى شكل من الأشكال مع قيم وعادات وتقاليد المجتمعات العـــربية بنسبة ٥٢%، ٦٠%، ٦٠%، ٦٧% عـــلى التوالى لكل فئة من الإعلاميين. وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه "حسن عماد مكاوى" من أن اتجاهات قناة الحرة تشكل عداءً واضحاً لكثير من القيم والتقاليد العربية السائدة[٦٦]. ومن جانب آخر، لم يذكر أى من الإعلاميين فى الإذاعة والتليفزيون أن اتجاهات قناة الحرة تتفق مع قيم وتقاليد المجتمعات العربية بأية صورة من الصور.

وتشـــير بـــيانات الجدول (١٧) والخاص بمدى نجاح قناة الحرة الأمريكية فى إثارة اهتمامات المواطن العربى من وجهة نظر الإعلاميين إلى أن نسبة ٥٦% منهم ترى أنها لم تنجح فى جذب المواطن العربى وإثارة اهـــتمامه ، مقـــابل نســـبة ٨% فقط ترى أن الحرة ستنجح إلى حد كبير فى جذب المشاهد العربى وإثارة اهتمامه.

وبالنسبة لآراء الفئات الإعلامية الأربع فيجمع الأكاديميون والصحفيون والإذاعيون على أن قناة الحـــرة لم تستطع جذب المشاهد العربى وإثارة اهتمامه بنسبة ٤٨%، ٦٨%، ٨٠% على التوالى لكل مـــنهم، وتتفق هـــذه النتيجة مع ما تراه "نشـــوى الشلقانى"[٦٧] و"حسين أمين"[٦٨] و"ســـلامة أحمد سلامة"[٦٩] من أن قناة الحرة لم تستطع أن تأخذ المشاهد المصرى أو العربى من قنواته الفضائية المتعددة المنفـــتحة عـــلى العالم ، والتى تشبع كل متطلباته فى كافة مجالات العمل الإعلامي. وبالتالى لن تكون مهمـــتها سهلة فى كسب ثقته بأية حال من الأحوال. أما بالنسبة للإعلاميين بالتليفزيون ، فتشير نسبة ٦٤% منهم إلى أن قناة الحرة ستنجح إلى حد ما فى إثارة المشاهد العربى وجذب انتباهه.

(٨) هل يوافق الإعلاميون على العمل فى قناة الحرة ؟ وبم يصفون من يعملون بها ؟

تشير بيانات الجدول (١٨) والخاص بمدى موافقتهم على العمل فى قناة الحرة الفضائية الأمريكية إلى أن نسبة ٨٨% منهم بصفة عامة يرفضون فكرة العمل فى قناة الحرة، مقابل نسبة ١٢% فقط لمن يوافقون .

وعلى مستوى الفئات الإعلامية الأربع ، فإنه يوجد إجماع تام بينهم على عدم الموافقة على العمل فى قناة الحرة ورفض الفكرة مطلقاً، وكانت أعلى نسبة من الرفض للإعلاميين بالإذاعة بنسبة ٩٦%، بينما جاءت أعلى نسبة من الموافقة على العمل فى قناة الحرة للإعلاميين الأكاديميين بنسبة ١٦%.

وتشير بيانات الجدول (١٩) والخاص بالصفات التى يطلقها الإعلاميون على من يعملون فى قناة الحرة إلى أن أولى هذه الصفات هى أنهم يبيعون أنفسهم من أجل المال، يليها أنهم يبحثون عن الشهرة وحب الظهور، ثم أنهم لا يؤمنون بالقضايا العربية.

وعلى مستوى الفئات الإعلامية الأربع فقد اشترك الإعلاميون بالإذاعة والتليفزيون على أن من يعملـــون بالحـــرة هم أشخاص يبيعون أنفسهم من أجل المال، أما الأكاديميون فيرون أنهم يبحثون عن الشهرة وحب الظهور، وأخيرا يرى الإعلاميون الصحفيون أن من يعمل بالحرة هم أشخاص لا يؤمنون بالقضايا العربية ولا يتفهمونها.

(٩) ما الذى يجذب المشاهد العربى لقناة الحرة ؟ وما المستقبل الذى يتوقعه لها الإعلاميون ؟ وكيف يمكن للإعلام العربى التصدى للدعاية الأمريكية ؟

تشـــير بيانات الجدول (٢٠) والخاص بالأسباب التى تجذب المشاهد العربى لمتابعة قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين إلى أن أول هذه الأسباب هو الفضول والرغبة فى تعرف كل جديد، يليه كونها تتبع الولايات المتحدة الأمريكية، ثم للرغبة فى المقارنة بينها وبين القنوات العربية.

وفـــيما يتعلق بآراء الفئات الإعلامية الأربع تشير بيانات الجدول نفسه إلى أنه يوجد إجماع بين الإعلاميين الأكاديميين، والصحفيين، والعاملين بالتليفزيون على أن أول وأهم هذه الأسباب هو الفضول وحب متابعة كل جديد. وتتفق هذه النتيجة مع ما تراه "منى الحديدى" من أن قناة الحرة تستثمر حب استطلاع المشاهد العربى لها[٦٩]. أما بالنسبة للإعلاميين الإذاعيين فإنهم يرون أن أهم أسباب جذبها هو أنها قناة أمريكية فى حد ذاتها. ومن خلال استعراض بيانات هذا الجدول يتضح لنا أن الإعلاميين بصفة

عامة لم يشيروا إلا بنسب ضعيفة بشأن قوة المحتوى الذى تقدمه قناة الحرة، ولتقديمها كافة الموضوعات والقضايا بحرية كسببين من أسباب جذب المشاهد العربى لمتابعة الحرة من وجهة نظرهم.

وتشير بيانات الجدول (٢١) والخاص بالمستقبل المتوقع لقناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين إلى أن نسبة ٥٠% منهم يرون أن الجمهور سيكتشف عدم مصداقيتها وينصرف عنها، فى حين يرى ٣٦ % مـــن الإعلاميين أن الحرة لن تستطيع الصمود فى المنطقة العربية لفترة طويلة، و لم يذكر سوى ٦% فقط من الإعلاميين أن القناة ستصبح المصدر الرئيسى للأخبار فى المنطقة العربية. وتتفق هذه النتيجة إلى حد كبير مع ما تراه نظرية انتشار المستحدثات ، والتى تؤكد أن الفرد خلال مراحلها المتعددة لابد وأن يحدد قراره إما بالتأييد والمتابعة ، وإما بالانصراف التام عن هذا المستحدث (قناة الحرة).

وفـــيما يـــتعلق بـــآراء الفئات الإعلامية الأربع ، فإنه يوجد إجماع بين الإعلاميين الأكاديميين والعـــاملين بالإذاعة والتليفزيون على أن الجمهور سيكتشف عدم مصداقية قناة الحرة وينصرف عنها ، بنسبة ٦٠%، ٥٢%، ٥٦% على التوالى لكل فئـــة . أما الإعلاميون الصحفيون فإنهم يقدمون سببًا آخـــر ، وهو أن القناة لن تستطيع الصمود طويلا فى المنطقة العربية بنسبة ٥٢%. وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه كل من "جيهان رشتي"[٧١]، و"حسن عماد مكاوى"[٧٢]، و"سامى الشريف"[٧٣]، و"حسن عـــلي"[٧٤] و"نشوى الشلقامي"[٧٥] و"حسين عبد الغني"[٧٦] وجميعهم يرون أن المشاهد العربى سوف يـــنفر مـــن القناة بسرعة ، ولن تستطيع البقاء طويلا فى المنطقة العربية، حتى وإن بقيت بعض الوقت سيكون مصيرها الفشل. فى حين يرى "عاطف العبد" أن الاستخفاف بأية وسيلة إعلامية أمر يمكن أن يؤدى إلى نتائج عكسية ؛ خاصة إذا كانت هذه الوسيلة خطط لها ودرس جمهورها المستهدف[٧٧].

وأخـــيرًا ، فيما يتعلق بكيفية تصدى الإعلام العربى للدعاية الأمريكية من وجهة نظر الإعلاميين تشير بيانات الجدول (٢٢) إلى أن أول الطرق أو الوسائل التى يراها الإعلاميون ملائمة لذلك هو بث قنوات عربية بلغات أجنبية موجهة للخارج، يليها تنشيط الدور الذى يمكن أن تقوم به جماعات الضغط العربية بالخارج من خلال العرب المقيمين فى الولايات المتحدة والدول الأوربية، ثم ضرورة التخلص من التشـــريعات والقوانـــين المقيدة للحريات. وتتفق هذه النتيجة الأخيرة مع ما يراه "صفوت العالم" من ضرورة إتاحة مساحة حرية أكبر ، وإعادة هيكلة القطاعات الإنتاجية داخل المؤسسات الإعلامية[٨٧] .

وفـــيما يـــتعلق بآراء الفئات الإعلامية الأربع ، فإنه يوجد إجماع تام بين الصحفيين والعاملين بالإذاعة والتليفزيون على أن أهم هذه الوسائل هو بث قنوات فضائية عربية موجهة بعدة لغات أجنبية

لمواجهة الدعاية الأمريكية، أما الإعلاميون الأكاديميون فإنهم يرون أن أفضل الطرق والوسائل للتصدى للدعاية الأمريكية هى تنشيط الدور ، الذى يمكن أن تقوم به جماعات الضغط العربية فى الخارج.

(١٠) ما الاستراتيجية التى تسعى الولايات المتحدة إلى تحقيقها من خلال قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين ؟

تشير بيانات الجدول (٢٣) إلى أن أولى هذه الإستراتيجيات يتمثل فى إثارة شعوب المنطقة العربية ضـــد الأنظمـــة العربية، يليها إبراز دور الولايات المتحدة فى دعم عملية السلام فى المنطقة العربية، ثم محاولتها إحداث التغيير الشامل والكامل فى المنطقة العربية بأثرها.

وأما بالنسبة لآراء الفئات الإعلامية الأربع ، فإنه يوجد إجماع بين الإعلاميين بالإذاعة والتليفزيون عـــلى أن الإستراتيجية التى تسعى الولايات المتحدة إلى تحقيقها من خلال قناة الحرة هى إثارة الشعوب ضـــد الأنظمة العربية. أما بالنسبة للأكاديميين فيرون أن أهم إستراتيجية هى إحداث التغيير الشامل فى المنطقة العربية. وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه "سلامة أحمد سلامة" من أن قناة الحرة تأخذ على عاتقها مـــنذ الـــيوم الأول لهـــا مهمة تغيير الأوضاع فى العالم العربي[٧٩]. وأخيرًا ، يرى الصحفيون أن أهم إســـتراتيجية تســـعى إليها الولايات المتحدة من خلال الحرة هى إبراز الدور الأمريكى فى دعم عملية السلام فى الشرق الأوسط ، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "نائلة عمارة"[٨٠].

(١١) ما رأى الإعلاميين فى الولايات المتحدة الأمريكية بصفة عامة ؟

تشـــير بيانات الجدول (٢٤) إلى أن الغالبية العظمى من الإعلاميين ينظرون إلى الولايات المتحدة بإعتـــبارها المؤيـــد الأكبر والأول للكيان الصهيوني، يليها أنها قوة سياسية غاشمة، ثم إنها نموذج واضح للاستعمار فى شكل جديد ، وإنها أيضاً القطب الأوحد الذى يقـــود العالم . وتتفق هـــذه النتيجة مع مـــا ذهبـــت إليه صحيفة "تشرين" السورية من أن المحطة الجديدة (الحرة) ما هى إلا جزء من مشروع أمـــريكى لإعـــادة احتلال المنطقة العربية ، تريد واشنطن تنفيذه بسياسة الجزرة والعصا على حد تعبير الصحيفة[٨١].

وأما بالنسبة لآراء الفئات الإعلامية الأربع ، فإنه يوجد إجماع بين الإعلاميين الصحفيين والعاملين بالإذاعة والتليفزيون على أن الولايات المتحدة بالنسبة لهم هى المؤيد الأول والأكبر للكيان الصهيونى . وتتفق هذه النتيجة مع ما توصـــلت إليه دراستا "وسام عبد المجيد"[٨٢] ، و"عزة الكحكي"[٨٣] ، من أن الولايـــات المتحدة دائماً ما تتبنى وجهة نظر الحكومة الإســـرائيلية وتعتنقها وتؤيدها. كما تتفق هذه

النتـــيجة مـــع ما يراه "حسن عماد مكاوى"[٨٤] من أن الولايات المتحدة غالبا ما تتخذ موقف التأييد السافر لإسرائيل فى جميع قضاياها . وأما بالنسبة للإعلاميين الأكاديميين فإنهم يرون أن الولايات المتحدة بالنسبة لهم هى القطب الأوحـد الذى يقود العالم . وتتفق هـذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "حماد إبراهيم"[٨٥] والتى صورت الولايات المتحدة باعتبارها قطبًا أعلى يقود العالم، وإنها تملك ٩٩% من مفاتيح اللعبة السياسية بالمنطقة العربية.

وعلى الجانب الآخر ، يرفض الإعلاميون بفئاتهم الأربع وبإجماع فكرة أن تكون الولايات المتحدة الأمريكـية هى مركز الحرية والديمقراطية فى العالم الحر، أو أن تكون نموذجاً للرفاهية والوفرة فى العالم الذى نعيشه الآن.

ثانيا : التحليل الكيفى لمحتوى قناة الحرة:

قامت الباحثة بإجراء تحليل كيفى لمحتوى قناة الحرة لتعرف الإطار العام لهذه القناة والبرامج التى تقدمها .

وقد أسفر هذا التحليل عن تحديد البرامج التالية التى تبثها الحرة:

- العالم الآن The World Now: موجز لآخر الأخبار العالمية مدته ١٠ دقائق ، ويقدم كل ساعة ، ثم مرتين خلال الساعة.
- العالم اليوم The World Today: ومدته ٥٠ دقيقة ويقدم باللغة العربية.
- العالمية The Global وهو عبارة عن ساعة كاملة من الأخبار تقدم يوميا يتخللها بعض الاتصالات بعدد من المسئولين فى الدول العربية ، وأيضا بمجموعة من مراسلى الحرة فى جميع أنحاء العالم ويقدم باللغة العربية.
- ساعة حرة Free Hour-Talk show: مدته ساعة وهو برنامج حوارى سياسى ، يقدم يومياً من الأحـد إلى الخميس، ويتناول قضايا عربية متعددة، ويستعين بعديد من الضيوف العرب من جميع البلاد العربية ويقدم باللغة العربية.
- برنامج : الجهات الأربع : ومدته ساعة ويقدم كل يوم جمعة ، وهو برنامج حوارى سياسى مع ضيف أو أكثر، ويـدور حـول القضايا العربية الحالية والمستقبلية. ويختلف الاتجاه العام للبرنامج باختلاف الضيوف وليس باختلاف القضايا، ويقدم باللغة العربية.

- برنامج : جدل حر : ومدته ساعة وهو برنامج حوارى سياسى يأخذ شكل الندوة المصورة داخل الأستوديو مع مجموعة من الضيوف العرب ، يتم استضافتهم لمناقشة قضية أو أكثر فى الحلقة الواحدة، ويقدم باللغة العربية.
- برنامج : ساعة وثائقية : ومدته ساعة وهو برنامج يومى يتناول كل يوم موضوعًا مختلفًا : تاريخ – علوم – نجوم – فنون – قضايا – طبيعة – حول العالم. ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوبًا بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : المجلة Magazine : ومدته ٥٠ دقيقة ويقدم معلومات متفرقة ومتنوعة رياضية وثقافية وعروض أزياء ومعلومات طبية وسباق سيارات وغناء وفقرات تمثيلية، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوبًا بترجمة عربية مكتوبة عدا الفقرات الغنائية العربية.
- برنامج : أزرار : ومدته ٣٠ دقيقة وهو موجه للمرأة حيث يقدم عروض أزياء لمختلف بيوت الأزياء فى جميع أنحاء العالم والدول العربية، وتتخلله لقاءات مع مصممى الأزياء، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوبًا بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : كبار الطهاة Great Chefs : ومدته ٥٠ دقيقة ويقوم بتقديم وشرح مجموعة كبيرة من الأكلات وطريقة إعدادها من جميع دول العالم، ويقوم باللغة الإنجليزية مصحوبا بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : تيك لايف Tech - live : ومدته ٣٠ دقيقة وهو برنامج ثقافى تعليمى عن أحدث استخدامات الكمبيوتر والإنترنت فى حياتنا اليومية، كما يتناول موضوعات عن عالم الكواكب والفضاء ووكالة ناسا الأمريكية، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوبا بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : I-tech : ومدته ١٠ دقائق وهو عبارة عن نشرة أسبوعية خاصة بالأخبار التكنولوجية، وأحدث المواقع على شبكة الإنترنت ، ويقدم باللغة العربية .
- برنامج : خلف الأبواب المغلقة Behind closed doors : ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج أمنى من الملفات الخاصة لمكتب التحقيقات الفيدرالية لبعض الخارجين على القانون ، ويتناول موضوعات أمنية بحتة مثل : كيفية نقل المتهمين فى قضايا مختلفة عبر الطائرات لحضور محاكماتهم، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوبًا بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : عشرون عاماً مع الدرافيل Twenty years with the dolphins ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج وثائقى ذو طابع اجتماعى يتناول حياة الدرافيل فى المناطق المختلفة من العالم ، ورحلات الصيد والغوص معهم، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوبًا بترجمة عربية مكتوبة .

- برنامج : صناع المسرح والسينما: ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج فنون حيث يتناول حياة أحد الفنانين فى الغناء أو التمثـــيل أو غيرها منذ طفولته وحتى نجوميته، ويتم من خلال حوار مع الفنان ، تتخلله أسئلة من الجمهور وبعض اللقطات والمشاهد من أعماله ، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوبًا بترجمة عربية مكتوبة .
- برنامج : Bravo Profiles : ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج فنون يتناول حياة أحد الفنانين من خلال مجموعة من الصور الشخصية له منذ طفولته، بالإضافة إلى مشاهد من أفلامه أو أعماله الغنائية، ويقـــدم باللغة الإنجليزية مصحوبًا بترجمة عربية مكتوبة .
- برنامج : داخل أستوديو الفنانين Inside the actors studio : ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج فنون يستعرض أحـــدث الأعمال الدرامية التى يتم تصويرها فى الوقت الحالي، ويتخلله حوار مع الأبطال المشاركين فى هذه الأعمال. ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوبًا بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : مع الكرة On the Ball : ومدته ٥٢ دقيقة وهو برنامج رياضى يتناول الدورى الأوروبى فى جميع الدول الأوروبية، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة .
- بـــرنامج : القيادة Drive : ومدته ٥٢ دقيقة وهو برنامج اجتماعى تعليمى عن قيادة السيارات وأنواعها ، وكيفية مواجهة الأعطال البسيطة، وقوانين المرور، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة .
- بـــرنامج : Zip File : ومدته ٥٢ دقيقة وهو برنامج موجه للأطفال فى شكل فيلم كارتون ، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوبًا بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : Gadgets & Gizmos : ومدته ٥٢ دقيقة وهو برنامج علمى يتناول أحدث التطورات العلمية فى كافة المجالات. ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوبًا بترجمة عربية مكتوبة.
- بـــرنامج : حوار مع فنان عربى : ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج أدبى يتناول حياة أحد العرب من الشعراء أو كتاب القصة، ويقدم باللغة العربية.
- فى كثير من الأحيان تقدم مجموعة من البرامج الثقافية وبرامج العلوم والبرامج الطبية دون عناوين ثابتة، ومدة الحلقـــة الواحـــدة ٥٠ دقـــيقة ، وتقدم دائمًا باللغة الإنجليزية مصحوبة بترجمة عربية مكتوبة وتدور حول اســـتخدامات المسكنات (الإسبرين) مثلا ، أنواع الأسماك ، أماكن المحميات الطبيعية فى العالم . وغيرها من الموضوعات المتعددة .
- تقدم الحرة ثلاثة أنواع من الإعلانات :

(أ) إعلانات عن قناة "سوا" الغنائية الأمريكية، بالإضافة إلى إعلانات عن برامج قناة الحرة المتعددة ومواقيتها.

(ب) إعلانـــات فى هيئة صورة ثابتة تحت عنوان "هل تعلم" ، وتتضمن معلومة بسيطة مثل : "أول رئيس للولايات المتحدة" وغالباً ما تحظى الولايات المتحدة بأكبر قدر من المعلومات.

(جـ) إعلانات عن قناة الحرة نفسها ، وتأتى فى عدة أشكال : مجموعة من العيون تتفتح على الحرية يصاحبها صوت يقول "من أجل أن ترى لأفق جديد"، أو فى هيئة جواد أبيض ينطلق بسرعة فى وســط مجموعـــة من الجياد ولكنه مميز عنها فى اللون والسرعة وهذا هو الحرة، أو فى هيئة مجموعـــة مـــن الأبواب المغلقة التى تفتح على الحرية، وعادة ما يصاحبها صوت يقول: أنت تفكر.. أنت تطمح.. أنت تختار.. أنت تعبر.. أنت حر.. الحرة كما أنت، وأخيرا تقدم الحرة إعلانـــات فى شكل مجموعة من الشباب يظهر كل واحد منهم ليبين لنا سبب التحاقه للعمل بالحرة ، ويعاهدنا بتقديم كل ما فى طاقته بحرية تامة ودون تحيز

تعليق الباحثة على التحليل الكيفى لقناة الحرة

١- أخبار "النشرة الإخبارية" تكاد تكون هى الأخبار نفسها ، دون إضافة تذكر من نشرة إلى أخرى مما يفقدها الجاذبية والإثارة.

٢- نشـــرات الأخـــبار متواضعة للغاية ولا يوجد بها عناصر الإبهار ، التى كانت متوقعة من قناة تبثها الولايـــات المـــتحدة أكـــبر دولـــة فى العالم، خاصة وأنها تتشدق دائما بامتلاكها أفضل أساليب التكنولوجيا المتطـــورة ، فهى لا تزيد عن نشـــرة أية قناة محلية ، ولا تعتمد على عوامل الجذب والإبهار كما يزعم القائمون عليها.

٣- دائما ما يتم تقديم مضمون الأخبار من وجهة نظر الولايات المتحدة ، حتى وإن عرضت أكثر من وجهة نظر، فالتوجه الأمريكى يغلب على المضمون الإخبارى .

٤- دائما ما يتم قطع جميع البرامج التى تقدمها الحرة باستثناء نشرات الأخبار لإذاعة الإعلانات عن قناة الحرة ، وبرامجها المتعددة وقناة "سوا" الغنائية مما يودى إلى تشتيت ذهن المشاهدين .

٥- المضمون العام للقناة يتم إعادته أكثر من مرة فى اليوم الواحد، فقد وصل عرض بعض البرامج مثل Magazine، وكـــبار الطهـــاة، وأزرار وغيرهـــا ثلاث مرات فى اليوم الواحد مما يدل على قلة المضمون المتاح والمتوافر للقناة، إضافة إلى عدم استعدادها الجيد والتخطيط السليم قبل البدء.

٦- معظم الضيوف الذين تستضيفهم قناة الحرة يتكلمون بوجهة نظر أمريكية ولكن من خلال لسان وشخصية عربية.. أى إن الأفكار والروح والعقل أمريكية والمتحدثون عرب.

٧- معظـــم بـــرامج الحرة باستثناء نشرات الأخبار والبرامج السياسية تقدم باللغة الإنجليزية مصحوبة بترجمة عربية مكتوبة ؛ مما يعنى أنها معدة أساسًا للمواطن الأمريكى ولوســائل الإعلام الأمريكية ، و لم يتم إعدادها للمواطن العــربى ، وبالتالى فهى لا تتلاءم مع عاداته وقيمه وتقاليده ، وكان من المفترض على المسئولين عن قناة الحرة مراعاة اللغة العربية إذا كانوا فعلا يريدون الوصول للمواطن العربى والتأثير فيه.

٨- فى إحدى حلقات برنامج : "ساعة حرة" كان الضيف "د. سعد الدين ابراهيم"، ودار الحوار حول عـــدة موضـــوعات أهمها مبادرة الشراكة الأمريكية - رداءة أنظمة الحكم العربية - إغلاق باب الاجتهاد فى الدين وقصور العقل الإسلامى - عدم وجود رئيس جامعة مصرية مسيحى الديانة - عـــدم تطوير الكنائس بمصر منذ أكثر من ألف عام.. وتتضح لنا من خلال اختيار نقاط مضمون الحلقـــة والردود الخاصة بها ما تنطوى عليه من دعوة غير مباشرة لإحداث نوع من الفتنة الطائفية بمصـــر، إضافة إلى ما تنطوى عليه من دعوة غير مباشرة أيضا لضرورة التدخل الأجنبى فى المنطقة لحمايـــة مصـــالح الأقليات ، خاصة بعد ما ردده الضيف من أنه لا يريد العودة إلى السجون مرة أخرى .

٩- فى إحدى حلقات برنامج "العالمية" تم الاتصال بأحد المتحدثين باسم شارون "رجل السلام" كما وصـــفه مقدم البرنامج لشرح وجهة نظر إسرائيل فى إقامة الجدار الواقي، و لم يهتم مقدم البرنامج بإجراء اتصال مماثل مع أى من المسئولين الفلسطينيين لتوضيح وجهة نظرهم تجاه هذا الجدار. فأين الحرية التى يتحدثون عنها؟ وأين تكافؤ الفرص؟ والمصداقية وعدم التحيز ؟

١٠- فى إحدى حلقات برنامج : Magazine تم استضافة بعض العرب من جنسيات متعددة يتحدثون بالإنجلـــيزية وإن كانـــت أسماؤهم عربية ويعلنون عدم اقتناعهم بالسياسة الخارجية الأمريكية، ويصفون الولايات المتحدة بأنها دولة من ورق على حد تعبيرهم ، ومع ذلك فلهم مطلق الحرية فى التعـــبير عـــن رأيهـــم بصراحة ، ودون خوف على الرغم من أنهم يعيشون داخل الولايات المتحدة. هكذا تعطينا الحرة درسا فى الحرية.. ولكن على الطريقة الأمريكية .

١١- فى إحدى حلقات برنامج : "خلف الأبواب المغلقة" أعلن أحد المسئولين بمركز FBI الأمريكى الـــتابع لمكتب التحقيقات الفيـــدرالية أن المركز ينفق حـــوالى ٣٠ ألف دولار سنويا على كل متدرب بالمركز من أجل مقاومة الإرهاب والمخدرات والتجسس . وهـــذا يعـــنى أن الإرهاب والمخـــدرات والتجسس موجودون داخل الولايات المتحدة نفسها ، وإلا لما أنفقت هذا المبلغ

الهائل والضخم على المتدربين .. لأنه من غير المنطقى أن تنفق الولايات المتحدة هذا المبلغ على تدريـــبهم لإرســـالهم للمنطقة العربية للقضاء على الإرهاب والمخدرات. ومع ذلك فالولايات المتحدة دائما ما تتهم شعوب المنطقة العربية والإسلامية بالإرهاب.

١٢- فى إحـــدى حلقـــات برنامج : "الجهات الأربع" دار الحوار حول الجامعة العربية ووصفها أحد الضـــيوف العرب (كويتى الجنسية) بأن قراراتها مجرد حبر على ورق ، وأنها فى عداد الأموات ، واستشهد بأن رئيس الجامعة لم يتقاض راتبـــه منذ أكثر من ثلاثة أشهر .. ولم يحاول مقـــدم البرنامج إجراء اتصال تليفونى مع السيد "عمرو موسى" رئيس الجامعة العربية للتحقق من مدى صـــحة ما قاله الضيف العربى .. هل هذه هى الحرية والمصداقية التى تتحدث عنها قناة الحرة ، والتى تمتلك أفضل وسائل التكنولوجيا كما جاء على لسان المسئولين عنها ، فلم تحاول استخدام هذه التكنولوجيا فى الوصول إلى رئيس الجامعة ومعرفة الحقيقة منه .. أم أنها تريد إقناعنا بما تقوله هى فقط .

١٣- فى إحدى حلقات برنامج : Zip file والموجه أساساً للأطفال كانت فكرة البرنامج تدور حول أهمية أن يمتلك كل فرد قنبلة يستخدمها ضد أعدائه فقط.. ولم يبين البرنامج من هم أعداؤه ؟ ومـــن هـــنا تساعد هذه البرامج التى تقدمها الحرة على عدم تفسير المفاهيم لدى الطفل ، كما تساعد على نشر العنف بين الأطفال فى الوقت الذى تصف فيه الحرة الأطفال الفلسطينيين الذين يحملون الحجارة فى أيديهم ليدافعوا بها عن أنفسهم بأنهم إرهابيون والعنف يجرى فى دمائهم .

١٤- فى إحـــدى حلقات البرامج الثقافية والاجتماعية ، والتى تقدم دون عنوان ثابت عرضت إحدى الحلقـــات فيلمًا عن حياة ثلاثة قرود صغيرة يتيمة انضموا للمعيشة مع أسرة أمريكية فى حديقة مـــنـــزلهم ، ويتحدث الفيلم عن مأساة هذه القرود اليتيمة ويدعو للرفق بها وتقديم المعونة لها . وينســـى مقدمـــو هذه الحلقة مأساة آلاف بل ملايين الأطفال الأيتام فى فلسطين والعراق وهم الأحق بالرأفة والمعونة من جانب المجتمع الأمريكى باعتبارهم آدميين وليسوا حيوانات .

١٥- فى إحـــدى فقـــرات برنامج : Magazine قدمت المذيعة خمسة فتيان وفتيات ، المفروض أنهم فلسطينيون يرتدون ملابس التزلج على الجليد وكانوا يلعبون ويتقاذفون كرات الثلج ثم اقتربت المذيعة منهم وسألتهم عن مشاعرهم ؟ فيردون إنهم سعداء وفرحون باللعب والتزلج .. هذه هى الصورة التى تقدمها الحرة لنا عن معاناة أطفال الشعب الفلسطينى .

١٦- هناك عديد من الملاحظات حول ما يرد فى نشرات أخبار الحرة :

- إطلاق مسمى العمليات الانتحارية على شهداء العالم العربى من الفلسطينيين .
- كـثيرا مـا يـتم تصوير عمليات المقاومة الفلسطينية للاحتلال الاسرائيلى على أنها إرهاب، والمقاومـة العراقـية للاحتلال الأمريكى بأنها عنف مدسوس من بقايا النظام العراقى مدعومة بعناصر من تنظيم القاعدة .
- تحـاول نشـرات الأخبار بالحرة إحداث عديد من التغييرات ، حتى وإن كانت محدودة على المفاهيم الخاصة بالعـرب وبشكل تدريجي .. فالعمليات الفدائية إما إرهاب أو أعمال عنف ، وفلسطين أراضى السلطة الفلسطينية، والشهيد قتيل، وجيش الاحتلال الاسرائيلى ، هو جيش الدفاع الإسرائيلي، وبدلا من الحديث عن احتلال القوات الأمريكية للعراق وضرورة انسحابها يـدور الحديـث عن حالة الانفلات الأمنى بالعراق ، وضرورة إعادة الأمن وإعادة الإعمار والمشاكل المزمنة بين السنة والشيعة.
- فى إحـدى نشرات الأخبار ، بدأ الخبر بمقتل ثلاثة جنود أمريكيين فى الفلوجة بالعراق ، ثم فى نهايـة الخـبر يذكـر قارئ الخبر أن عدد القتلى من العراقيين يفوق الثلاثين شخصا .. أين الموضوعية وعدم التحيز فى تقديم الخبر؟ أليس ذلك يعكس التحيز الأمريكى فى صياغة الخبر ، وكأن مقتل ثلاثين عراقيًا لا يساوى فى الأهمية مقتل ثلاثة أمريكيين .
- بدأت نشرة الأخبار الصباحية فى أحد أيام التحليل الكيفى بخبر عن أول حادثة اغتصاب لفتاة فى قطـاع غزة ، و لم يذكر الخبر من هم المعتدون .. فلسطينيون أم يهود؟ هل هذا الخبر يعتبر من الأهمية القصوى حتى تبدأ به النشرة افتتاحيتها؟ وأين أخبار المجازر اليهودية للفلسطينيين .. إن ذكرت فإنها غالبا ما تأتى فى نهاية النشرة .
- فى إحـدى نشرات الأخبار.. خبر يقول : العراقيون فى كركوك يهتفون لبقاء الأمريكان فى العراق.. من أين أتت الحرة بهؤلاء العراقيين.. ومن يصدق ذلك؟
- للتعـبير عن احتفـال الأفغان بذكرى عاشـوراء قامت الحرة ببث فيلم يصور الشـباب فى أفغانستان ، وهم يضربون بعضهم البعض بالجنازير حتى إراقة الدماء .. أليس هذا تحيزًا فى نقل وتصوير الخبر بهذه الصورة حتى وإن كان فيه شيء من الحقيقة. ولماذا لا تقدم الحرة أفلامًا عن المجـازر التى يرتكبها اليهود تجاه الأطفال والشباب الفلسطينيين . إن تقديم الخبر بهذه الصورة يعمق الصورة السلبية للإسلام والمسلمين لدى الغرب ، وهذا ما تريده الحرة .

- فى إحـــدى النشـــرات جـــاء خبر عن اجتياح القوات الإسرائيلية لمزرعة زيتون يمتلكها أحد الفلسطينيين لتدميرها وإقامة مستوطنات لليهود مكانها، وظهر فيلم يصور صاحب المزرعة وهو رجـــل كبير السن يصرخ هو وابنه الشاب فى وجه القوات الإسرائيلية، فتقوم قوات الاحتلال بدفـــع الـــرجل المســـن ليســـقط على الأرض وحينما يحاول ابنه الشاب إيقاف الكاسحات الإســـرائيلية عن خلع أشجار الزيتون يقوم الجنود بدفعه على الأرض وضربه بأرجلهم. هكذا ظهـــر الخبر فى أول نشرة، ثم بعد ساعة وفى النشرة التالية تم حذف صورة الأب وهم يدفعونه على الأرض، وفى نشرة لاحقة تم أيضا حذف صورة الابن وهم يضربونه.. كل ذلك من أجل إرضاء الحكومة الإسرائيلية ومؤيديها.. ولتضرب الحرة عرض الحائط بكل قيم ومواثيق العمل الإعلامى من مصداقية وموضوعية وعدم تحيز.
- عندما اندلعت المظاهرات فى كل أرجاء فلسطين بمناسبة نظر قضية الجدار العازل أمام محكمة العدل الدولية فى لاهاي، لم تهتم قناة الحرة بذلك و لم تُعره أى اهتمام، وإنما خصصت فى المساء برنامجًا سياسيًّا لمناقشة الفساد داخل السلطة الفلسطينية .
- حين اغتالت القوات الإسرائيلية الشيخ "أحمد ياسين" لم تقطع الحرة إرسالها لتذيع الخبر ، وإنما أذاعـــته كأى خبر داخل النشرة المعتادة و لم تعطه القدر الكافى من الأهمية والمناقشة ، وجاءت التغطـــية سطحية للغاية.. واكتفت الحرة بإذاعة برنامج عنه يحمل فى ثناياه أنه أحد الإرهابيين القدامي .

مصادر الدراسة :

(١) ســـعيد محمد النجار (١٩٩٨) "أثر التكنولوجيا في تطوير فن الصورة الصحفية". رسالة ما جستير غير منشورة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة. ص٣٥.

(2) Riffinand, Micachel. (1995) "Picturing the Gulf War constructing an image of War in time & Newsweek". **Journalism and Mass Communication Quarterly**. Vol. 72, No. 4, pp. 813.

(٣) سليمان صالح (٢٠٠٢): أخلاقيات الإعلام (الكويت: مكتبة الفلاح) ص ص١٩-٤١.

(٤) محمود علم الدين (١٩٨٩): مصداقية الاتصال (القاهرة: دار الوزان للنشر) ص٣٨.

(٥) إيمان نعمان جمعة (٢٠٠٣): "معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية (مرحلة ما قبل الحرب) دراسة تحليلية لأخلاقيات الممارسة الإعلامية" المؤتمر العلمى السنوى لكلية الإعلام. أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق. ص١٩١-١٩٢.

(٦) إيمان نعمان جمعة (٢٠٠٣)، مرجع سابق، ص ص١٩٣-١٩٤.

(7) Warris, R. J. (1989): A Cognitive Psychology of Mass Communication N. J: Lawrence Erlbaum Association, Inc., p. 5.

(٨) حســـن عماد مكاوى وليلى حسين السيد (٢٠٠٢) : الاتصال ونظرياته المعاصرة . (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ط٢) ص ص ١٦٥-١٧٢.

(9) Atkin, C. (1983): "Effects of Realistic Tv Violence vs. Functional Violence on aggression" **Journalism Quarterly**, pp. 615-621.

(10) Noble, G. (1983): **Children in the Front of the Small Screen.** Beverly - Hills, SAGE.

(١١) ليـــلى حسين السيد (١٩٩٦): إدراك الأطفال لواقع التليفزيون.. صور ذهنية أم أشياء حقيقية". مؤتمر جامعة عين شمس. آفاق جديدة لطفولة سعيدة (قسم طب الأطفال ومركز دراسات الطفولة) ص ص٤-٦.

(١٢) حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد (٢٠٠٢)، مرجع سابق، ص ص٢٥٨-٢٥٩.

(13) Jeffers, W. D. & Marks, J. A. (1980): "Perceptions of Media Performance in reporting the current conflict in Michigan over Indian Fishing rights on the great lakes". **(online) available: www.fishingrights/treat/meeting papers/LLP/htm**, pp. 1-28.

(14) Garrison, B. (1983): "Statehouse reporting of a Legislative session: Source Perceptions of News Media Performance" **(Online), available www.Legislative affairs/annual meeting/Dallas TX/mlp/htm,** pp. 1-36.

(١٥) حســـين أبـــو شنب (١٩٩٩): "استطلاع آراء النخبة الفلسطينية إزاء العولمة وتحديات الغد". مجلة البحوث والدراسات العربية (معهد البحوث والدراسات العربية) - العددان ٣١-٣٢ يوليو/ ديسمبر.

(١٦) عادل ضيف (٢٠٠٢): "رأى النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج". المؤتمر العلمى الثامن لكلية الإعلام. الإعلام وصورة العرب والمسلمين. الجزء الأول، ص ص٧٧-١٤٣.

(١٧) أشرف جلال (٢٠٠٢): "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو خصخصة وسائل الإعلام فى مصر: دراسة ميدانية مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية. بحث مقدم للمؤتمر العلمى الرابع لمعهد البحوث والدراسات العربية.

(١٨) أحمد أحمد عثمان وسامى النجار (٢٠٠٢): "اتجاهات الصفوة المصرية نحو صورة الانسان العربى فى الصحف وقنوات التليفزيون العربية". المؤتمر العلمى الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة. الإعلام وصورة العرب والمسلمين. ص ص٤٥٧-٥٠٥.

(١٩) خالد صلاح الدين حسن (٢٠٠٣): "اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة فى مصر. المؤتمر العلمى التاسع لكلية الإعلام جامعة القاهرة. أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق. ص ص٦٦٣-٧٤٥.

(٢٠) ماجدة موريس (٢٠٠٤): مقعد بين الشاشتين. جريدة الجمهورية (الخميس ١٩ فبراير) ص٢٥.

(21) http:/www. aljazeera.net/art-culture/2004/2/2.

(22) http:/www.alhurra.com/tuesday/top 2.htm.

(23) http:/arabe.casanet.net.ma/includ ArNx/detail.asp?Imodule = TECHNOLOGIE & articl.

(24) http:/news.bbc.uk/hi/arabic/Middle-east-news/new sid-stm.

(25) http:/www.araby net.com/Article.asp? did-EN.

(26) http:/elosboa.masrawy.com/htm.

(27) http:/news.bbc.co.uk/hi/arabic/middle-east-news/newsid/stm.

(28) http:/www.lahaonline.com/print.htm.

(29) http:/news.bbc.co.uk/hi/arabic/middle-east-news/newsid-stm.

(30) http:/www.alhurra.com/tuesday/top2.htm.

(31) http:/arab.casanet.net.ma/includ ArNx/detail.asp? Imodule-TECHNOLOGIE & articl.

(٣٢) محمد عبد الحميد (١٩٩٢): بحوث الصحافة. (القاهرة – عالم الكتب – ط١) ص٩٣.

(33) Wimmer, D.R., & Dominick, J.R. (2000): **Mass Media Research**: An introduction, (CA: Wadsworth Publishing Company) p.83.

(٣٤) جيهان رشتى (٢٠٠٤): مجلة الإذاعة والتليفزيون. ٢٧ مارس ٢٠٠٤، العدد ٣٦٠٢، ص٣٠.

(٣٥) ماجى الحلوانى (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٣٦) سامى الشريف (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٣٧) حسين أمين (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٣٨) سلامة أحمد سلامة (٢٠٠٤): جريدة الأهرام (العدد ١٧٢٠ – ٢٣ فبراير ٢٠٠٤) ص١٠.

(٣٩) محمد الغيطى (٢٠٠٤): مجلة الإذاعة والتليفزيون (العدد ٣٥٩٩ – ٦ مارس ٢٠٠٤) ص٩٠.

(٤٠) أنور عبد اللطيف (٢٠٠٤): جريدة الأهرام (العدد ٤٢٨٢١ – ٣ مارس ٢٠٠٤) ص١١.

(41) http:/arabic-cnn-com/2004/entertainment/alhurra./

(٤٢) أحمد الجهينى (٢٠٠٤): مجلة الإذاعة والتليفزيون (العدد ٣٦٠٢) ص٣٠.

(٤٣) هالة حشيش (٢٠٠٤) الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٤٤) ماجدة السبع (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(45) Belsey, A. (1998): Journal of Ethics, can they co-exist, in Kieran, **M. Media Ethics** (London - Routledge) pp. 1-13.

(٤٦) أنور عبد اللطيف (٢٠٠٤): جريدة الأهرام (العدد ٤٢٨٢١ – ٣ مارس ٢٠٠٤) ص١١.

(٤٧) حسين أمين (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(48) http:/elosboa.masrawy.com/news.htm.

(٤٩) حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد (٢٠٠٢): مرجع سابق، ص٢٨٨.

(٥٠) منى الحديدى (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٥١) إبراهيم الصياد (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(52) http:/www.reuters.com/locales/news Article.jsp? type-entertainment.New&locale.

(53)Wanta,Wayne. and Yu-Wei Hu (1994): The effect of credibility Reliance and Exposure on media Agenda.setting: A Path analysis Model". **Journalism Querterly**, Vol. 71/1, Spring - pp. 90-97.

(٥٤) عدلى رضا (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٥٥) ابتسام الهوارى (٢٠٠٤): جريدة الأخبار – ٥٢ فبراير ٢٠٠٤ – ص٢٠.

(٥٦) سامى الشريف (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٥٧) منى الحديدى (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٥٨) سيد محمود (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٥٩) نوال الصفتى (٢٠٠٢): "صورة العرب فى المجلات الأسبوعية الأمريكية بعد أحداث ١١ سبتمبر دراسة تحليلية لمجلتى النيوزويك والتايم" المؤتمر العلمى الثامن لكلية الإعلام. الإعلام وصورة العرب والمسلمين. ص ص١٦٦-١٦٨.

(٦٠) ســـها فاضل (٢٠٠٢): "صورة الدول العربية فى الصحف اليومية المصرية والأمريكية بعد أحداث ١١ سبتمبر. دراسة تحليلية مقارنة" . المؤتمر العلمى الثامن لكلية الإعلام . الإعلام وصورة العرب والمسلمين . ص ص٤٤٧-٤٤٨.

(٦١) مرفـــت الطرابيشى ومها الطرابيشى (٢٠٠٢): صورة الدول الإسلامية فى الصحف اليومية الأمريكية قبل وبعد أحداث ١١ سبتمبر – دراسة تحليلية مقارنة. المؤتمر العلمى الثامن لكلية الإعلام. الإعلام وصورة العرب والمسلمين. ص ص٢٠٦-٢٠٨.

(٦٢) جورج المصرى (١٩٩٦): المواطن العربى فى الصورة الإعلامية الأمريكية". مجلة الفكر العربى (العدد ٤٨) ص ص٢٨-٣٧.

(63) Jack, G. Shaheen (1997): "Arab and Mouslim Sterotyping in American popular culture" Washington: George Town University Center of Mouslim Christian understanding, pp. 21-33.

(64) Mousa, Essam. (2000): "Arab Islam Phobia: The making of the media in the west". In Leo A. Gher and Hussein Y. Amin" civic discourse and digital age communication in the middle East" (stamford: Ablex publishing company corporation) pp. 71-86.

(65) Hamada, Basyouni. (2000): Arab image in the minds of Western image-Makers. Egyptian Journal of Public Opinion Research (Vol. 1, No. 3, July - Sep.) pp. 1-154.

(٦٦) حسن عماد مكاوى (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٦٧) نشوى الشلقامى (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٦٨) حسين أمين (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.

(٦٩) سلامة أحمد سلامة (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص١٠.

(٧٠) منى الحديدى (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.

(٧١) جيهان رشتى (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٣٠.

(٧٢) حسن عماد مكاوى (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.

(٧٣) سامى الشريف (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.

(٧٤) حسن على (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٧٥) نشوى الشلقامى (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.

(٧٦) حسين عبد الغنى (٢٠٠٤): الأهرام الدولى (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.

(٧٧) عاطف العبد (٢٠٠٤): مجلة الإذاعة والتليفزيون (العدد ٣٦٠٢ – ٢٧ مارس) ص٣٠.

(٧٨) صفوت العالم (٢٠٠٤): مجلة الإذاعة والتليفزيون (العدد ٣٦٠٢ – ٢٧ مارس) ص٣٠.

(٧٩) سلامة أحمد سلامة (٢٠٠٤): مرجع سابق – ص١٠.

(٨٠) نائلة إبراهيم عمارة (٢٠٠٠): "صورة الولايات المتحدة الأمريكية فى النشرات الإخبارية: المؤثرات والتأثيرات – دراسة حالة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور فى مصر". المؤتمر العلمى السادس لكلية الإعلام جامعة القاهرة.

(81) http:/new.bbc.co.uk/hi/arabic/middle-east/news sid.stm.

(٨٢) وســام فؤاد عبد المجيد (١٩٩٨) : صـــورة الولايات المتحدة الأمريكيـــة فى الوعى الشعبى المصـــرى". مجلة الســـياسة الدولية (العدد ١٣٤) ص١٥٩.

(٨٣) عزة مصطفى الكحكى (٢٠٠٢): "بعد أحداث الحادى عشر من سبتمبر – دور وسائل الإعلام فى تشكيل صورة أمريكا فى أذهان الشباب المصرى. المؤتمر العلمى الثامن لكلية الإعلام. الإعلام وصورة العرب والمسلمين. ص ص٣٤٧-٣٤٩.

(٨٤) حسن عماد مكاوى (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.

(٨٥) حمـــاد إبراهيم (١٩٨٦): "صورة الولايات المتحدة الأمريكية فى الصحافة المصرية اليومية – دراسة مقارنة بين حقبتى الستينيات والسبعينيات. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

الممارسات الإعلامية لمراسلي وسائل الإعلام في فلسطين

دراسة تطبيقية على المراسلين الفلسطينيين

د. حسين أبو شنب(*)

مقـــدمة :

يمكـن أن نطلـــق على هذا العصر : عصر الهيمنة الأمريكية العالمية وعصر السيادة الإسرائيلية الإقليمـــية ، وكلـــتا الدولتين اهتمتا بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، فإذا كانت الولايات المتحدة الأمريكـــية قـــد خرجت من الحرب العالمية الثانية دون أضرار مادية ملحوظة ، جعلها تعمق الاهتمام بالاقتصـــاد والتكنولوجـــيا ، وتدفـــق المعلومات ، فإن الدولة الإسرائيلية المدعومة بالقوة الصهيونية وإمكاناتها السياسية والمالية قد فتحت المجال واسعا للتقدم التكنولوجي ، للخروج من القلعة المحاصرة إلى الدولـــة العالمية المعتمدة على التمويل الأجنبي والمساعدات الخارجية . وقد عبر نتنياهو رئيس الحكومة الإسرائيلية الأسبق عن ذلك ، وهو يتحدث عن عظمة وادي السيلكون الإسرائيلي الذي لا يفوقه على حـــد زعمه إلا وادي السيلكون الأمريكي[1] ، وإذا كانت الولايات المتحدة تعمل على السيطرة على العـــالم اقتصاديًا وتكنولوجيًا وعسكريًا ، فإن الدولة الإسرائيلية تسعى للسيطرة الشرق أوسطية بالمعيار نفســـه ، وهـــو ما جعل شمعون بيريز يقول عند توقيع اتفاقية القاهرة مع منظمة التحرير الفلسطينية: "المعلومات أقوى من المدافع" والذي قال أيضا صراحة في أول مؤتمر للدول المانحة في المغرب في أكتوبر عام ١٩٩٣ : "آن الأوان لأن تتقدم الدولة الإسرائيلية لقيادة الشرق الأوسط بدلاً من مصر التي قادت المنطقة خمسين عاماً مضت"[2] ، ويتلاقى ذلك مع ما قاله وزير الخارجية الأمريكية المشهور في الستينات "جون فوستر دالاس" : "لو منحت مجالاً واحداً من مجالات السياسة الخارجية دون غيره لخصصته لحرية تدفق المعلومات "[3] ، وهو ما يتوافق تماماً مع الأفكار السائدة أواخر القرن العشرين الداعية إلى مفهوم حرية تدفق المعلومات واتساع نطاقه .

(*) أستاذ مشارك بجامعة الأقصى – فلسطين .

من الطبيعى فى مثل هذه الحالة أن يكون السعى جادًا للسيطرة على وسائل الإعلام والاتصال فى سـياق السـيطرة الاقتصادية والتجارية، باعتبار أن وسائل الإعلام والاتصال الطريق الأيسر والأوسع للمعلومات ، وقد أدركت الحركة الصهيونية منذ مؤتمرها الأول فى "بال " بسويسرا عام ١٨٩٧ أهمية الإعـلام فانكبـت على استغلاله والهيمنة علية ، فشكلت الحركة الصهيونية ما يتعارف عليه " اللوبى الصـهيونى بقواعده الثلاث : المال والإعلام والنفوذ " بغرض التأثير والسيطرة والامتداد والتوسع(٤) ، ويـتفق مـع هذا "جون نايت" J.Knihgt الذى يرى أنه لولا الإعلام ما استطاعت القوات الألمانية والإيطالية السيطرة على الأفكار السائدة آن ذاك ، وكان "نايت" مالكاً لمجموعة كبرى من الصحف فى أمـريكا ورئيسـا للجمعية الأمريكية لمحررى الصحف عام ١٩٤٦ ، ويؤكد ذلك "ليونارد ماركس Marks" وهـو مديـر سابق لوكالة المعلومات الأمريكية عام ١٩٧٤ بقوله فى مؤتمر لوزارة الخارجية الأمريكية : "لايمكن أن تنهض إستراتيجيتنا على نظام وسائل الاتصال الراهن ، دون شبكات إلكترونية عالمية يطرح وجودها .مشكلات واقعية بصدد تدفق المعلومات والتكامل الثقافى"(٥) .

تنبهـت اليونسكو إلى أهمية تدفق المعلومات ، ودعت إلى المؤتمر العام أواخر عام ١٩٧٤ لمواجهة السياسات الدولية الجديدة ، ووافق المشاركون على وضع خطة متوسطة الأجل للفترة من عام ١٩٧٧ - ١٩٨٢ يكون هدفها العمل على تدفق أكثر توازنًا وموضوعية ، ويحقق - مستقبلا - مجتمع المعرفة والمعلومات(٦) ، وتواصل ذلك حتى انعقدت القمة العالمية لمجتمع المعلومات فى جنيف من (١٠ - ١٢ / ديسـمبر / ٢٠٠٣) وصدر عنها وثيقة إعلان المبادئ بحضور عدد كبير من قادة العالم وآلاف من الخـبراء ، الذين أكدوا أهمية التكنولوجيا فى تحقيق الأهداف العالمية من أجل التنمية للجميع ، فى إطار ميـثاق الأمم المتحدة والإعلان العالمى لحقوق الإنسان . وجاء فى الوثيقة(٧) : " ينبغى أن يقوم مجتمع المعلومـات على المبادئ الأخلاقية والقيم والمعنوية وحقوق الإنسان ، وأن يمثل بيئة تحظى فيها كرامة البشرية بالاحترام والرعاية ، بحيث يؤدى ذلك إلى قدر من الحماية والمساعدة للأسرة، ويحقق التكامل بـين السيادة والوطنية والمصالح الدينية والثقافية والاجتماعية واللغوية "وهو ما تعرض له تقرير التنمية الإنسانية العربية عام ٢٠٠٣ بشأن إقامة مجتمع المعرفة فى الوطن العربى فى جميع المجالات الإنسانية التى تـؤدى إلى التنمية الإنسانية وتطور البشرية ، لتحقيق الحرية والعدالة والكرامة الإنسانية والأخلاقية ، وتكون وسائل الاتصال من أهم آليات نشر المعرفة.(٨)

لقـد شـهد العـالم المعاصر منذ تسعينيات القرن العشرين تحولات سريعة ومتلاحقة وانهيارات أيديولوجـية ، ولعـل أبرز هذه الانهيارات : انهيار الاتحاد السوفييتى والمنظومة الشيوعية وبروز ظاهرة

العولمــة والأفكـــار المســـتحدثة ، وتمـــيزت هذه الفترة بثلاث ثورات متداخلة هى : ثورة المعلومات والتكنولوجـــيا والديمقراطية[٩] والتى انعكست على الواقع السياسى والاقتصادى والإعلامى والتعددية السياسية والثقافية ، وشهدت وسائل الاتصال - خلال هذه الفترة - تطورات تقنية ومهنية متلاحقة ، أدت بشـــكل مباشـــر إلى إحداث عدة تغيرات مهمة فى البيئة الاتصالية من حيث المفاهيم والممارسة الميدانية ، والعلاقة مع الجمهور والصناعات الإعلامية المتطورة[١٠] ، وهو ما يؤشر على أن تكنولوجيا الاتصـــال تواجه متغيرات عديدة على كافة المستويات المحلية والخارجية تسهم فى التطور والنمو فى ظل سياســـات العولمـــة والتعددية السياسية والتكتلات الاقتصادية ، والقرية الكونية والذاتية الثقافية وثورة المعلومات ، ومخاطبة جماهير أكثر تخصصاً وتجانساً وظهور الفضائيات والحاجة إلى إعادة هيكلة وسائل الإعلام الوطنية وظهور أشكال مختلفة للشبكات والسلاسل مثل : الشركات العملاقة متعددة النشاط ، والشركات العملاقة ذات نشـــاط إعلامى متخصص ، والاندماج الواسع بين شـــركات HARD WARE , SOFT WARE وغير ذلك فى ســـياق الخصخصة والســـوق الدولية الإعلامية والواقع الإعلامى فى الوطن العربى من حيث الاعتماد على التكنولوجيا[١١] .

وفى هذا السياق ، فإن البيئة الاتصالية تؤثر على نظم الاتصال القومية والوطنية والمحلية وبخاصة فى ظل سياسة العولمة الثقافية والإعلامية والتجارية الهادفة إلى تعميق أيديولوجية السوق العالمية الساعية إلى تحقـــيق خصخصة وسائل الإعلام والتحرر الاقتصادى[١٢] ، كما أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديث لكثير من الوسائط تجاوز الحدود والمسافات وسهولة الحصول على المعلومات والعمل بجدية على إعادة هيكلة وسائل الإعلام التى كانت مملوكة فى الغالب للدولة ، لتفتح المجال أمام المنافسة بين الاحتكارات والـــرأس ماليات المتعددة ، ونظرا لأن الأمم الفقيرة والصغيرة لا تستطيع تحسين شبكات الاتصال دون المساعدات الأجنبية ، فقد أصبح الحل الأمثل هو الخصخصة PRIVATIZATION [١٣] .

ولاشـــك فى أن هذه المحاولات والتغيرات الثقافية والإعلامية فى ظل تفوق تكنولوجى خارجى ، أسفر عن فقدان الإعلام العربى بعضا من خصائصه ، وساعد على العمل بمبدأ التعددية الإعلامية بعيدا عـــن احـــتكارات الحكومات العربية لوسائل الإعلام : المسموعة والمرئية ، والسماح للقطاع الخاص لإنشاء وتشغيل شبكات وقنوات إذاعية وتلفزيونية فى الكثير من البلاد العربية ومنها فلسطين ، ودون نظام أو قانون ينظم هذه المحطات والقنوات الخاصة على الأغلب .

بعد حرب الخليج الثانية فى يناير عام ١٩٩١ (العراق والكويت) التى عرفت بالحرب التلفزيونية المباشـــرة ، أصبح العالم العربى أمام ظاهرة بالغة الدقة والتأثير ، وهى: البث التلفزيونى المباشر ، وأدى

لـــك إلى تـــزايد القـــنوات الفضائية الخاصة والحكومية ، وقد قامت بعض الدول العربية كالبحرين استخدام القنوات الفضائية الأجنبية عبر التلفزيون الوطنى عام ١٩٩١ التى استخدمت برامج تلفزيونات لخدمة الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية ، وكذلك برامج قناة CNN ، وأخذت بعض الحكومات العربية شاء قنوات فضائية عربية ، مصر فى ديسمبر ١٩٩٠ ، وتلفزيون الشرق الأوسط فى سبتمبر ١٩٩١ ، قناة دبى وقناة الكويت فى أكتوبر عام ١٩٩٢ وغيرها(١٤) وهذا يتوافق تماما مع التحديات التكنولوجية آفاق المستقبل التى فرضت نفسها على العالم كله ، ومن ذلك بالطبع المنطقة العربية .

وانعكس هذا التطور التقنى على الممارسة الإعلامية وأخلاقيات العمل الإعلامى ، فى ضوء نظرية ســئولية الاجتماعية الهادفة إلى تحرير وسائل الإعلام من السيطرة الحكومية والاهتمام بخدمة الصالح عام، فى إطار مستويات مهنية تقوم على الصدق والتوازن والدقة والموضوعية ، فكانت مجالس الإعلام مواثـــيق الشـــرف والاتحادات والنقابات المهنية التى تستهدف وضع ضوابط للعمل الإعلامى وحماية 'علامـــيين ، وتوفير الحماية والمصادر الخاصة مقابل التزام الإعلاميين بالمسئولية الإعلامية أمام المجتمع لإعلام الحر ، فالإعلام مسئول يوازن بين الحرية والمسئولية .

فى الـــدول الناميـــة يختلف دور الإعلاميين من مجتمع إلى آخر ، وفقاً للتقاليد ومستوى الحرفية عتـــبارهم رواداً ومـــروجين لفلسفة الدولة فى إطار سياسة عامة يقوم عليها مختص بالمراقبة والمتابعة لتوجيه لخدمة قضايا المجتمع والارتقاء به فى مجال التنمية، وفق إطار مهنى على أساس الإرادة الوطنية ، ـــتى تمنح الإعلاميين مجالاً للاختيار والحرية فى المعالجة وفق منظومة القيم والمبادئ المجتمعية المحكومة صدق والدقة والموضوعية ، بغرض تكوين رأى عام موضوعى وفاعل يسهم فى عملية التنمية ويقلل ، حجم الفجوة المعرفية بين الدول النامية والدول المتقدمة(١٥) .

وفى فلسطين أتاحت الحالة الفلسطينية الجديدة بعد اتفاق أوسلو عام ١٩٩٣ الموقع بين الحكومة ســرائيلية ومـــنظمة التحرير الفلسطينية ، فرصة للتدفق الإعلامى الدولى ، كما حدث مع لبنان فى ـــاب حـــرب عام ١٩٨٢ ، وأدى ذلك إلى انتشار القنوات ومحطات الإذاعة والتلفزيون الخاصة : سطينية والعربية بأشكالها المختلفة الإخبارية والمنوعة وقنوات الترفيه والموسيقى والأغانى المصورة ، ـا أوجد ســوقا واسعة لأعداد من المراســلين المحليين وبخاصة بعـــد انفجار انتفاضـــة الأقصى فى /٩/٢٠٠٠ عـــلى أثر زيارة شارون للمسجد الأقصى بحماية ما يزيد عن ثلاثة آلاف من القوات ســرائيلية بأســلحتها المخـــتلفة مما جعل الساحة الفلسطينية مركزا للاستقطاب الإعلامى والتدفق لامـــى متعدد المصادر والسياسات والاهتمامات ، مما يستدعى التوقف والتأمل أمام هذه الظاهرة

وانعكاساهما على الإعلام الفلسطيني والمراسلين الفلسطينيين لهذه القنوات والوكالات والصحافة العربية والدولية وهو موضوع هذه الدراسة .

موضوع الدراسة وأهميته .

تستـــمد هـــذه الدراسة مادهما من خلال فعاليات انتفاضـــة الأقصى الممتدة منذ ٢٠٠٠/٩/٢٨ حـــتى الـــيوم ، وهى التى دفعت جميع وسائل الإعلام العربية والدولية إلى التزاحم والاهتمام بنقل هذه الفعالـــيات، واســـتقطبت لذلـــك مراســـلين ومتدربين من أهل فلسطين، إضافة إلى المراسلين العرب والأجانب الذين لم ينقطعوا عن المعايشة الميدانية من حين لآخر، وفق نوع الفعاليات وتداعياهما الوطنية والإقليمية والدولية إضافة إلى الإسرائيلية .

كـــان لاســـتمرار الانتفاضة وامتدادها وتطورها وتعدد أساليبها فى المواجهة والتصدى والصمود والفعل الميدانى واسع المساحة والتغيرات السياسية العربية والدولية - تأثير كبير على طبيعة عمل وسائل الإعـــلام وغاياهمـــا وسياســـاهما العامة ، فانعكس على حال المراسلين الفلسطينيين بين الانتماء الوطنى والانتماء الوظيفى - مما يستدعى التوقف أمام هذه الحالة بغرض تعرف مدى الالتزام والانتماء فى ضوء أخلاقيات المهنة والمسئولية الأخلاقية للمراسلين ، نحو الوطن والأهل والمسئولية المهنية والحق فى التعبير والرأى ، والحق فى الحصول على المعلومات من مصادرها دون النظر إلى الخصومة والتضاد فى المواقف دون تـــأثير عـــلى الأمـــن القومى العام ، وبما يوافر الموضوعية والفورية فى التغطية الإعلامية فى ضوء المســـئولية الأخلاقـــية للمراســـلين ، واستخدامهم وسائل عادلة فى الحصول على المعلومات ، وعدم استخدام وسائل الخداع فى الحصول على المعلومات ، فى إطار منظومة المعايير الأخلاقية التى تشكل هذه المسئولية الأخلاقية فى الأدبيات والمواثيق الإعلامية .

والمتابع لتطور التناول الإعلامى لوسائل الإعلام العربية والدولية ، سواء على مستوى التلفزيونات المحلية أم الفضائية أم وكالات الأنباء الدولية أم الصحف والمجلات والدوريات المختلفة ، نلاحظ خلال المتابعة ذبذبات صاعدة أحيانا وهابطة أحيانا أخرى ، تركت تساؤلات متعددة بين المتابعين بمستوياهم المختلفة ؛ الأمر الذى يستدعى التوقف أمام هذه الحالة للكشف عن أسباب هذه الذبذبات ومصادرها ودور المراســـلين فى التناغم معها ومواجهتها ، والتغلب على صعوباهما وتحدياهما وبخاصة فى ظل حالة الهيمنة الدولية والإسرائيلية على مصادر المعلومات الدولية ، وتحديد مساراهما وتوجهاهما وترتيب أجندهما فى ضـــوء المصالح الدولية ، وما يخدم سياستها فى المنطقة وفى ضوء الضغوطات والممارسات الإسرائيلية

بحـــق الصـــحفيين والإعلامـــيين الفلسطينيين ومؤسساتهم الإعلامية على فترات متوالية ، دون مراعاة للحقوق والأعـــراف الدولية ، فقـــد قصفت الطائرات المروحية الإســـرائيلية مســـاء الأحـــد الموافق ٢/٥/ ٢٠٠٤ مقر إذاعة صوت الأقصى فى غزة ، وتعرضت إذاعة صوت الشباب إلى أضرار مع عدد من المؤسسات فى المكان ذاته ، وكانت إذاعة صوت فلسطين البرنامج العام من رام الله والبرنامج الثانى مـــن غـــزة قد تعرض للقصف والتدمير(١٦) وفق سياسة إسرائيلية متعمدة ، وقد بلغ عدد الصحفيين الشهداء خلال انتفاضة الأقصى تسعة بينما بلغ عدد الصحفيين المصابين جراء العدوان الإسرائيلى ٣٣٩ وغـــير ذلك من الممارسات الإسرائيلية العدوانية كما وضحها الجدول (١) وهو عن المركز الصحفى الـــدولى(١٧) مـــا يؤكد حجم الضغوط التى يتعرض لها المراسلون الفلسطينيون وغير الفلسطينيين على الساحة الفلسطينية جراء الممارسات الوحشية الإسرائيلية .

وتكمن أهمية هذه الدراسة فى : أنها تحاول الإجابة عن عدد من التساؤلات حول الضغوط المهنية الداخلية والخارجية التى يتعرض لها المراسلون الفلسطينيون ، للحصول على المعلومات والقيام بواجباتهم الإعلامية والوطنية والإنسانية ، والدراسة من الدراسات الرائدة فى هذا المجال ، والتى تحاول الكشف عن مـــدى المعانـــاة ومـــدى الالتزام بآداب وأخلاق المهنة ، فى ضوء هذه الضغوط والتحديات الداخلية والخارجية .

جـــدول (١) : الاعـــتداءات الإسرائيلية على الصحفيين والمؤسسات الإعلامية الفلسطينية خلال انتفاضة الأقصى حتى ٢٠٠٤/٥/٢ .

صحافيون استشهدوا بنيران قوات الاحتلال .	٩
إجمالى عدد الصحافيين الذين أصيبوا بجراح (إطلاق نار والتعرض للضرب واعتداءات أخرى) .	٣٣٩
صحافيون (توافرت أسماؤهم) وواجهوا قيوداً لم يستطيعوا من خلالها ممارسة أعمالهم .	٢٦٨
حالات إطلاق نار على صحافيين لم ينتج عنها إصابات .	٦٠
حالات الاعتداء على المؤسسات الصحفية .	١٠٢
حالات الاعتداء على المعدات الصحافية .	٦٥

تساؤلات الدراسة :

تجيب هذه الدراسة عن عدد من التساؤلات ، تم تحديدها فى ضوء المناقشة والحوار مع المختصين مـــن نقابـــة الصـــحفيين والمراكز الإعلامية ، وبعض المراسلين البارزين والأكاديميين المهتمين بالمتابعة

الإعلامية ، حيث تم وضع صحيفة استقصاء اشتملت على ستة محاور ، يعكس كل محور منها دالة من دلالات الحالة الدراسية، وفى ضوئها تم تحديد عدد من التساؤلات الرئيسة على النحو التالى :

١- ما السمات العامة للمراسلين الفلسطينيين حسب دوافعهم ودرجة الرضا عن هذا العمل ؟

٢- ما المهارات الخاصة التى يتمتع بها المراسلون وفق ما يرون فيها أنفسهم ؟

٣- مـــا طبيعة العلاقة بين المراســـلين والمؤسسات الفلسطينية ذات العلاقة بالإعلام ، وما نوع هذه العلاقة ، ومدى تقديم أو عدم تقديم المساعدة للمراسلين ؟

٤- مـــا مصادر المعلومات التى يعتمد عليها المراســـلون فى تغطية فعاليات الانتفاضة ، وما الصعوبات التى يواجهونها ، وكيف يواجهون هذه الصعوبات ؟ وما تأثير العامل الإسرائيلى على طبيعة العمل والمعلومات ؟

٥- مـــا مـــدى التزام المراسلين بمواثيق الشرف الإعلامية وقانون المطبوعات والمعايير الشخصية ، التى تحكم المراسلين فى ترتيب الأجندة الإعلامية فى تغطية فعاليات الانتفاضة ؟

٦- ما المقترحات التى يراها المراسلون لوضع منظومة معايير أخلاقية تنظم عمل المراسلين ؟

الدراسات السابقة

أولاً : الدراسات العربية :

١- دراسة " أخلاقيات ممارسة حرية الرأى عبر وسائل الإعلام من منظور إسلامى (٢٠٠١)"[١٨] .

تهـــتم هذه الدراسة بتعرف الشواهد والأدلة التى تؤكد إقرار الإسلام لحق الفرد والجماعة فى التعـــبير عن الرأى ، فى ضوء الأخلاقيات والضوابط الإسلامية ، استخدم الباحث فى ذلك منهج المسح فى إطار البحوث والدراسات الوصفية ، وتوصل البحث إلى عدد من النتائج التى تؤكد أن النصـــوص الإسلامية فى القرآن والأحاديث النبوية التى تكفل للأفراد والمجتمعات الحق فى التعبير ، وتهيـــئة المـــناخ المناسب فى ضوء منهج حضارى متكامل ، سابقا فى ذلك كل القوانين والقواعد الأخلاقـــية المعاصـــرة فى هـــذا المجال ..ولذلك ، يوصى الباحث بضرورة التزام وسائل الإعلام الجماهيرية بهذه الأخلاقيات والضوابط ، مع تخصيص وقت ومساحة مناسبة للثقافة الدينية المتعلقة بأخلاقيات وضوابط حرية الرأى وبإشراف العلماء المشهود لهم .

٢- دراسة : "نظرية المسئولية الاجتماعية وممارسة العمل الإخبارى (١٩٩٣) "[١٩].

تعرض هذه الدراسة لتطور نظرية المسئولية الاجتماعية ومبادئها ، ووظائف الإعلام المسئول ومسـتويات تحقــيقه فى ضوء القضايا الجدلية التى تعكسها ممارسات العمل الإخبارى فى وسائل الإعلام ، وما يتعلق بها من إشكاليات أخلاقية كصراع المصالح ومصادر الأخبار ومدى الصدق فى تـناول الخـبر والعدالــة والدقة والموضوعية وانتهاك الخصوصية والتخاصم مع الحكومة والهيمنة والاحتكار للعمل الإخبارى .

٣- دراســة : "إثر الممارسات الإعلامية للعاملين فى أخبــار التلفزيون على اتجاهاتهم نحــو العمل ١٩٩٦"[٢٠].

تهــتم هــذه الدراســة بتعرف الكيفية التى تؤثر بها الممارسات الإعلامية للعاملين فى أخبار الــتلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل ، فى ضوء العلاقة مع الجمهور والعلاقة مع زملاء المهنة بوجه عام داخل المؤسسة أو خارجها ، وقد خلصت الدراسة إلى : أن هذه الممارسات سواء فى قناة النيل الدولــية أو الإدارة المركــزية تؤثر تأثيراً كبيراً على اتجاهات هؤلاء الأفراد نحو عملهم وعلاقتهم بالرؤساء والزملاء ، وقد ثبت لدى الباحثة ضعف علاقة القائم بالاتصال بالجمهور وعدم معرفته المناسبة بهذا المحيط المهم .

٤- دراسة : "الضغوطات والعوامل المؤثرة فى انتقاء الأخبار ، ونشرها لدى القائمين بالاتصال فى الصحف المصرية ٢٠٠١"[٢١].

تهتم الدراسة بتعرف العوامل المؤثرة فى طبيعة الأداء المهنى وإنتاج المضامين الصحفية للقائمات بالاتصــال فى الصــحف المصــرية : القومية والحزبية ، وبغرض تعرف معايير انتقاء الموضوعات ونشــرها وتعــرف أثــر ثقافة القائمات على الأخبار ، وأنماط العلاقات بين القائمات بالاتصال والزملاء داخل بيئة العمل الصحفى والعلاقة مع وسائل الإعلام الأخرى والمصادر المعتمدة ، ونوع المشاركة فى تحديد السياسة التحريرية فى الصحف المصرية . وتوصى الباحثة بضرورة تأصيل مفهوم أخلاقيات الممارسة المهنية لدى القائم بالاتصال وعقد الدورات التدريبية .

٥- دراسة : " معوقات الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال فى مجال الصحافة البيئية ٢٠٠٢ "[٢٢] .

تسعى هذه الدراسة لتعرف مدى رضا القائمين بالاتصال فى مجال الصحافة البيئية عن ممارسة عمــلهم والضغوط والمشكلات التى تواجههم ، ومعايير سياسة التحرير لموضوعات وقضايا البيئة

ومعوقات هذه السياسة التى تؤثر على أداء القائمين بالاتصال والضغوط التى تواجه الصحافيين فى المؤسسات المحلية وغير المحلية، ومدى العلاقة بالقوى السياسية وجماعات الضغط فى المجتمع .

٦- دراســة : " مفهوم الضمير ودوره فى تثقيف علاقة متوازنة بين الصحف والمؤسسة الصحفية ٢٠٠٢ "[٢٣] .

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المقارن لتوصيف عناصر مفهوم شرط الضمير ، والذى هو علاقــة مــتوازنة بين الصحفى والمؤسسة ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ، من أهمها أن مفهوم شرط الضمير فى أوروبا وبخاصة فرنسا مركز على حماية حقوق الصحفيين المادية ، بإعطاء الصــحفى الحــق فى فسخ العقد مع المؤسسة بإدارته المنفردة مع حصوله على التعويض الكامل ، وخلصــت الدراســة كذلك إلى أن مفهوم شرط الضمير فى معظم البلاد العربية ما يزال غائبًا ، ويقتصــر عــلى حماية الحقوق المادية دون الحقوق الأدبية أو المعنوية ، فى الدول التى تهتم بشرط الضمير مثل : الجزائر واليمن ومصر والمغرب .

٧- دراسة : " أخلاقيات العمل الإخبارى (٢٠٠٣) "[٢٤] .

تسعى هذه الدراسة إلى تعرف أسس اختيار الأخبار لدى القائمين بالاتصال فى مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية ، وكذلك تعرف درجة رضا القائمين بالاتصال فى هذا المجال ، والعوامل التى تؤثــر على اتخاذ القرار الأخلاقى لدى هؤلاء القائمين فى مجالهم ، وأهم المبادئ الأخلاقية الواجبة لدى القائمين فى هذا المجال ، وخلصت الباحثة إلى أهمية دور المؤسسة فى خلق بيئة اتصالية أفضل من حيث المهنية والأخلاقية من خلال الاهتمام بنشر المواثيق الأخلاقية ، وتوزيعها على العاملين .

الدراسات الأجنبية :

١- دراسة : " حول دوافع صنع القرار الأخلاقى ١٩٩٠ "[٢٥] .

تهـــتم هـــذه الدراسة بتحليل تأثير الدوافع على عملية صنع القرار الأخلاقى ، وقد خلصت الدراســة إلى أن الجمهور يهتم فى الأساس بالمصداقية وفق رؤية الصحفيين، ويلى ذلك الأخلاق الخاصة بالصحفى ، وسياسة الصحيفة ، ويلى ذلك العلاقة مع الزملاء بالإضافة إلى المنفعة الذاتية ، بينما خلصت الدراسة إلى أن غالبية العينة من طلاب الإعلام يرون فى المقدمة قوة تأثير احتياجات الجمهور ، تليها المنفعة الذاتية ثم الأخلاق الذاتية للصحفى ، ويلى ذلك العقاب وتأثير الزملاء .

٢- دراســـة : "حول القـــانون والأخلاقيات والمسئوليات فى غـــرفة الأخبار ٢٠٠٠" [٢٦] .

تسعى هذه الدراسة لتعرف طبيعة العلاقة بين الصحفيين والمسئوليات الأخلاقية وبيان قدرتهم على إيجاد صيغة للتوازن بين العوامل القانونية والضوابط الأخلاقية خلال ممارسة العمل الصحفى ، وانتهت الدراسة من خلال صحيفة الاستقصاء التى تم تطبيقها على (١٠٣٧) مفردة ، وعلى (٢٢) صـــحفياً وفـــق المقابلـــة المعمقة ، انتهت إلى تحديد ثلاثة نماذج رئيسية تحكم العلاقة بين القانون والأخلاقيات الإعلامية ، وهى :

١ - نموذج الانعزال الذى يعطى الأولوية للقانون .

٢ - نموذج التوافق الذى يستبعد التناقض بين القانون والأخلاقيات

٣ - نموذج المسئولية الذى يوازن بين القانون والأخلاقيات .

٣- دراسة : " القيم المهنية والمسئولية الاجتماعية لدى الصحفيين فى تايلاند ١٩٩٩"[٢٧] .

اهتمـــت هذه الدراسة بتعرف اتجاهات الصحفيين فى تايلاند نحو أخلاقيات المهنة وعلاقتها بالمسئولية الاجتماعية ، كما تهتم بتعرف مدى الالتزام بالمعايير الموضوعية فى سياق الانتماء الفكرى والأيديولوجى ، وانتهت الدراسة إلى أن القيم المهنية وطبيعة الممارسة الإعلامية فى تايلاند تختلف إلى حـــد كـــبير عن الممارسة الإعلامية والقيم بوجه عام عن الدول الغربية والآسيوية وبخاصة فى اليابان ، وهذا يتطلب دعم البرامج وسياسة التدريب للتغلب على المعيقات والضغوط ذات العلاقة بطبيعة الممارسة الإعلامية .

٤- دراســـة : " ترتيب أبعاد المســـئولية الاجتماعية (١٩٧٧) "[٢٨] .

تهـــدف هذه الدراسة إلى ترتيب ستة أبعاد للمسئولية الاجتماعية من خلال تحويل المقولات الـــنظرية لكتاب المسئولية الاجتماعية إلى عبارات يضمها مقياسان تجميعيان (A .B) بناء على تقويمات بطريقة "ليكرت" بواقع (٢٥) عبارة لكل مقياس ، وقد تم تطبيقها على عينة مكونة من ٦٢٠ من رؤساء تحرير نشرات الأخبار فى التلفزيونات التجارية الأمريكية وعلى ٦١٧ محرراً على مستوى الصحف الأمريكية باستخدام طريقة التحليل العاملى ، وانتهت الدراسة إلى تحديد مفهوم المسئولية الاجتماعية حسب الاهتمام إلى :

- الحرفية Professionalism
- النقد الذاتى والخارجى Criticism .

- التفاعل بين الصحفى والجمهور Interaction
- الحرية والمسئولية Freedom - responsibility
- خدمة المجتمع Service to society
- مساندة الحكومة فى قراراتها Government support

٥- دراسة : " الاختلاف بين المسئوليات القانونية والأخلاقية" :

تهـــتم هـــذه الدراسة بتعرف الفروق بين المسئوليات القانونية والضوابط الأخلاقية فى سياق التطبيق على المعالجة الإعلامية للقضايا ذات العلاقة بالإدمان والخمور والعقيدة ، وانتهت الدراسة إلى أن وســـائل الإعلام تميل بوجه عام إلى تجاوز المسئوليات الأخلاقية ، دون أن يؤدى ذلك إلى الأضرار المادية والأدبية .

نوع الدراسة ومنهجها :

تأتى هذه الدراسة فى سياق البحوث والدراسات الوصفية التى تهتم بتتبع الظاهرة وجمع المعلومات المتعلقة بها ، وقد استخدم الباحث منهج المسح (مسح أساليب الممارسة الإعلامية) الأكثر استخداماً فى هذا المجال .

أداة الدراسة :

تم إعـــداد صـــحيفة استقصاء فى ضوء المناقشات مع عدد من المختصين العاملين فى المؤسسات الإعلامـــية ونقابـــة الصـــحفيين ، بغرض تعرف واقع ممارسة المراسلين الفلسطينيين فى ضوء الظروف والـــتحديات الداخلـــية والخارجـــية ، وبخاصة سلطات الاحتلال الإسرائيلى وممارساتها الوحشية بحق المواطنين بعامة والمراسلين والإعلاميين بخاصة.

قياس الثبات والصدق :

تم اختـــيار الثبات من خلال دراسة استكشافية على عينة مكونة من عشرين مفردة خارج عينة الدراسة ، وقد تم تطبيق صحيفة الاستقصاء بعد أسبوعين على العينة نفسها فى الدراسة الاستكشافية ، حيث بلغت نتيجة معامل الارتباط ٧٢% وهى دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة ٥% وهى نسبة عالية تؤكد دقة البيانات وثباتها.

ولقـــياس الصـــدق استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهرى ؛ حيث تم عرض نموذج صحيفة الاستقصاء على مجموعة من المختصين والخبراء ، الذين أبدوا ملاحظات ومقترحات أفادت الباحث فى تعديل صحيفة الاستقصاء ، والتى تم توزيعها على عينة الدراسة والخبراء هم:

١ – أد. إحسان الأغا

٢ – أد. عدنان قاسم

٣ – أد. حسن عماد مكاوى

٤ – د. محمود الأستاذ.

٥ – د. عبد الصبور فاضل

٦ – د. محمود الدواهيدى

٧ – د. فؤاد العاجز.

إجراءات الدراسة :

مؤشرات عامة :

١ – تم توزيـــع صحيفة الاستقصاء على المراسلين الفلسطينيين المقيمين فى قطاع غزة ، وعدد محدد من المراســـلين الـــبارزين فى الضفة الغربية مثل : "وليد العمرى" و"شيرين أبو عاقلة" و"ليلى عودة" و"شـــروق أســـعد" حسبما توافر من إمكانات للظروف القاهرة والمانعة للتواصل بحكم الحصار الإسرائيلى متعدد الأساليب والأشكال ، وقد تم التوزيع على المراسلين من خلال نقابة الصحفيين بقطـــاع غزة ، والذى أشرف على ذلك نائب النقيب "توفيق أبو خوصة" ، وكان مجموع ما تم الحصول عليه من صحيفة الاستقصاء ستين صحيفة .

٢ – تم تقســـيم الصحيفة وفق التساؤلات المطروحة إلى ستة محاور،أحدها يتعلق بالسمات العامة للعينة مـــن حيث النوع ودوافع العمل، ومدى الرضا الوظيفى ، بينما كان المحور الثانى يتعلق بالمهارات الخاصة التى يتمتع بها المراسلون كما يرون ذلك فى أنفسهم، بينما يهتم المحور الثالث بتعرف العلاقة بـــين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية ذات العلاقة ومدى رضا المراسلين عن هذه العلاقة. ويهتم المحـــور الرابع بتعرف مصادر المعلومات التى يعتمد عليها المراسلون ، والصعوبات التى يواجهونها وكيفية مواجهتها ، ويهتم المحور الخامس بتعرف مدى التزام المراسلين بمواثيق الشرف وأخلاقيات المهـــنة وقانون المطبوعات والنشر والمعايير الشخصية التى تحكم المراسلين فى رسالتهم الإعلامية ، ودور العامل الإسرائيلى فى تعويق رسالتهم الإعلامية.

وقـــد خصص الباحث المحور السادس لتعرف مقترحات المراسلين ، من خلال الممارسة والتجربة لوضع منظومة معايير وضوابط تحكم العلاقة مع المؤسسات الإعلامية والوطنية ذات العلاقة ، ودون أن يتعرض المراسلون للضغوط والاعتداءات التى تزايدت فى الآونة الأخيرة.

نتـائج الدراسـة :

المحور الأول :

نوع المراسلين ودوافعهم ودرجة الرضا :

(أ) وفق صحيفة الاستقصاء فقد بلغ عدد المراسلين عينة الدراسة ستين مراسلا ، يتوزعون بين الذكور والإناث حسب الجدول التالي:

جدول (٢) : توصيف العينة من حيث النوع .

النوع	ك	النسبة المئوية
ذكور	٤٦	%٧٦,٧
إناث	١٤	%٢٣,٣
المجموع	٦٠	%١٠٠

(ب) دوافع المراسلين نحو الالتحاق بالعمل ، حيث تم تحديد ثلاثة دوافع تتوزع بين الهواية بنسبة ٥٠% والتخصص بنسبة ٤٦,٧ % والإغراء المالى بنسبة٣,٣ كما يبينها الجدول (٣) .

جدول (٣) : دوافع الالتحاق بالعمل .

الدافع	ك	النسبة المئوية
الهواية	٣٠	%٥٠
التخصص	٢٨	%٤٦,٧
الإغراء المالى	٢	% ٣,٣
المجموع	٦٠	%١٠٠

(جـ) درجة الرضا عن العمل :

جدول (٤) : درجة رضا المراسلين عن العمل .

الدرجة	ك	النسبة المئوية
عالية جداً	١٢	٢٠%
عالية	١٢	٢٠%
متوسطة	٣٤	٥٦,٧%
ضعيفة	٢	٣,٣%
ضعيفة جداً	–	–
المجموع	٦٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن المراسلين يظهرون درجة المتوسط فى الرضا عن العمل وتأتى بالمرتبة الأولى بنســبة ٥٦،٧%بينما درجة عالية جدا وعالية بنسبة ٢٠% لكل منهما ، وفى رأى الباحث أن هذه النتيجة تتفق إلى حد كبير مع الواقع المهنى ، الذى يعيشه المراسلون فى هذه الظروف الصعبة ، وما يتعرضون له من ضغوط داخلية وخارجية كما سنرى ذلك لاحقاً.

المحور الثانى :

مهارات المراسلين الخاصة: تعمد الباحث هذا القياس لتعرف درجة ثقة المراسلين بأنفسهم ومحاولة اكتشاف مدى الدقة والموضوعية ، واقترح الباحث للقياس اثنى عشرة مهارة موزعة بين درجة الامتياز والضعيف يوضحها الجدول (٥) .

وتبين من خلال القراءة العمودية لهذا الجدول : أن المراسلين التزموا التواضع والموضوعية فى نظرتهم إلى أنفسهم فى المهارات المقترحة ، فقد جاءت درجة (متوسط) فى المرتبة الأولى بنسبة ٤٠,٨% يليها درجة (ضعيف) بنسبة ٣٥,٤% ويليها فى المرتبة الثالثة درجة (جيد) بنسبة٢٠% ودرجة(جيد جدا) فى المرتــبة الـــرابعة بنسبة٢،٧% بينما درجة(ممتاز) ١,١% ، وفى قراءة أفقية للجدول السابق حسب المهارات المقترحة تبين أن المراسلين متواضعون كثيراً فى نظرتهم إلى أنفسهم ، فقد جاءت أعلى المهارات بدرجة متوسط على النحو التالى :

- القدرة على ربط الأحداث بنسبة٦٥,٧%
- القدرة على التحليل والاستنتاج بنسبة ٥١,٧%

- الخبرة فى العمل الإعلامى بنسبة ٥٠%
- القدرة على الاستماع والاستيعاب بنسبة ٤٦,٧%
- سرعة ودقة الملاحظة والتصرف بنسبة ٤٣,٣%
- القدرة على الكتابة الإعلامية والتحرير بنسبة ٤٣,٣%

وفى رأى الباحـــث فـــإن هذا الجدول يعكس واقع العمل الإعلامى للمراسلين وظروفهم ومعايير اختيارهم وواقع دور المؤسسات الفلسطينية فى هذا المجال .

جدول (٥) : مهارات المراسل كما يراها فى نفسه .

المهارة	ممتاز		جيد جداً		جيد		متوسط		ضعيف		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الإلمام بقواعد اللغة الإنجليزية .	٢	٣,٣	٦	١٠	٢٣	٣٨,٣	١٧	٢٨,٣	١٢	٢٠	٦٠	١٠٠
الإلمام باللغة الإنجليزية .			٤	٦,٧	٢١	٣٥	٢٣	٣٨,٣	١٢	٢٠	٦٠	١٠٠
الخبرة فى العمل الإعلامى .					١١	١٨,٣	٣٠	٥٠	١٩	٣١,٧	٦٠	١٠٠
القـــدرة على الكتابة الإعلامية والتحرير .			٣	٥	١٢	٢٠	٢٦	٤٣,٣	١٩	٣١,٧	٦٠	١٠٠
القدرة على التحليل والاستنتاج.					١٣	٢١,٧	٣١	٥١,٧	١٦	٢٦,٧	٦٠	١٠٠
سرعة ودقة الملاحظة والتصرف.					١٠	١٦,٧	٢٦	٤٣,٣	٢٤	٤٠	٦٠	١٠٠
القـــــدرة عـــــلى الاســـــتماع والاستيعاب .					٥	٨,٣	٢٨	٤٦,٧	٢٥	٤١,٧	٦٠	١٠٠
القدرة على إدارة الحوار .			٤	٦,٧	١١	١٨,٣	٢٧	٤٥	١٨	٣٠	٦٠	١٠٠
التمتع بذاكرة قوية .					١٣	٢١,٧	٢٢	٣٦,٧	٢٥	٤١,٧	٦٠	١٠٠
القدرة على ربط الأحداث .					١	١,٧	٣٤	٥٦,٧	٢٥	٤١,٧	٦٠	١٠٠
القدرة على الوصف والتعبير .	٢	٣,٣			٨	١٣,٣	١٩	٣١,٧	٣١	٥١,٧	٦٠	١٠٠
إجـــادة الـــتقاط الصـــورة أو توجيهها .	٤	٦,٧	٢	٣,٣	١١	١٨,٣	٢٢	٣٦,٧	٢١	٣٥	٦٠	١٠٠
الإجـــــالى	٨	١,١	١٩	٢,٧	١٣٩	٢٠	٢٨٥	٤٠,٨	٢٤٧	٣٥,٤	٦٩٨	١٠٠

المحور الثالث :

العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية:

(أ) طبيعة العلاقة :

اقـــترح الباحث عدداً من المؤسسات الفلسطينية ذات العلاقة مع المراسلين لتعرف طبيعة العلاقة ودرجتها ، ويتضح من الجدول (٦) أن العلاقة قائمة بدرجات متفاوتة من مؤسسة إلى أخرى ، وتأتى وزارة البيـــئة فى المرتبة الأولى من حيث الامتياز تليها وزارة الاتصالات والزراعة ثم الإذاعة والتليفزيون ووزارة الصحة ، وهذه الجهات جميعها تقدم المساعدات بشكل أو آخر للمراسلين ، والنتائج قريبة من الواقع بحكم الواقع الميدانى .

جدول (٦) : طبيعة درجة العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية .

المؤسسة	ممتاز		جيد جداً		جيد		متوسط		ضعيف	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نقابة الصحفيين .	١	١,٧	١٣	٢١,٧	١٨	٣٠	١٥	٢٥	١٣	٢١,٧
وزارة الإعلام .	٧	١١,٧	١٩	٣١,٧	١٤	٢٣,٣	١٤	٢٣,٣	٦	١٠
وزارة الاتصالات .	٢٣	٣٨,٣	١٦	٢٦,٧	١١	١٨,٣	٨	١٣,٣	٢	٣,٣
وزارة الصحة .	٩	١٥	٦	١٠	١٣	٢١,٧	٢٢	٣٦,٧	١٠	١٦,٧
وزارة الزراعة .	١٦	٢٦,٧	١٤	٢٣,٣	١٤	٢٣,٣	١٢	٢٠	٤	٦,٧
وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا) .	٧	١١,٧	١٥	٢٥	١٥	٢٥	١٧	٢٨,٣	٦	١٠
هيئة الاستعلامات .	٥	٨,٣	٦	١٠	٢٠	٣٣,٣	١٩	٣١,٧	١٠	١٦,٧
الإذاعة والتلفزيون .	١٠	١٦,٧	١٦	٢٦,٧	١٤	٢٣,٣	١٢	٢٠	٨	١٣,٣
الأجهزة الأمنية .	٦	١٠	١٢	٢٠	١٢	٢٠	١٨	٣٠	١٢	٢٠
وزارة البيئة .	٢٧	٤٥	١٢	٢٠	١٥	٢٥	٦	١٠	—	—

وفى قــراءة أفقية لدرجات المقياس واستخراج المتوسط الحسابى ، سنلاحظ أن العلاقة متقاربة إلى حد ما ، وتأتى نقابة الصحفيين فى المرتبة الأولى بنسبة ٦٨,٦% ووزارة الصحة والأجهزة الأمنية وهيئة الاستعلامات بنسبة ٦٦% لكل واحدة منها كما يتضح فى الجدول التالى (٧) .

جدول (٧) : المتوسط الحسابى للعلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية .

المؤسسة	النسبة المئوية
نقابة الصحفيين .	٦٨,٦%
وزارة الصحة .	٦٦%
هيئة الاستعلامات .	٦٦%
الأجهزة الأمنية .	٦٦%
وزارة البيئة .	٦٠%
وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا) .	٦٠%
وزارة الإعلام .	٥٧,٦%
الإذاعة والتلفزيون .	٥٧,٤%
وزارة الزراعة .	٥١,٤%

ب - نوع العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية من حيث الخدمة :

جدول (٨) : يوضح نوع العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية من حيث الخدمة .

الفــئــة	دائماً		أحياناً		لا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%		
تساعد على توفير المعلومات .	-	-	٤٢	٧٠	١٨	٣٠	٦٠	١٠٠
تسهل الاتصالات .	٨	١٣,٣	٤٠	٦٦,٧	١٢	٢٠	٦٠	١٠٠
تسهل حركة الانتقال .	٢٦	٤٣,٣	٢٥	٤١,٧	٩	١٥	٦٠	١٠٠
تسهل الاتصال بمصادر المعلومات .	١٦	٢٦,٧	٣٠	٥٠	١٤	٢٣,٣	٦٠	١٠٠
تسهيل الاتصال مع القيادات المؤثرة .	٧	١١,٧	٤٥	٧٥	٨	١٣,٣	٦٠	١٠٠
تنظيم لقاءات مفتوحة مع المسئولين .	٦	١٠	٤٢	٧٠	١٢	٢٠	٦٠	١٠٠
تدعيم العلاقات الاجتماعية بين المراسلين .	٢٩	٤٨,٣	٢١	٣٥	١٠	١٦,٧	٦٠	١٠٠
تقديم الخدمات العامة للمراسلين .	١٦	٢٦,٧	٣٦	٦٠	٨	١٣,٣	٦٠	١٠٠
الإجمــــالى	١٠٨	٢٢,٥	٢٨١	٥٨,٥	٩١	١٨,٩	٤٨٠	١٠٠

فى قراءة للجدول (٨) تبين أن وجهة نظر المراسلين فى نوع العلاقة مع المؤسسات الفلسطينية من حيـــث الخدمـــة التى تقدمها لهم ، تأتى أيضًا فى ســـياق الدرجة المتوســـطة التى غلبت على مقاييس العـــلاقـــة المختلفة . ونلاحظ من قراءة هذا الجدول أن العلاقة (أحيانا) بوجه عام أعلى من (دائمًا) . وفى قراءة أفقية للجـــدول السابق ، يتضح أن المتوسط الحسابى للفئات يبين أن هذه المؤسسات يساعد على توفير المعلومات بنسبة٤٢% ، وتعمل على تسهيل الاتصالات بنسبة ٤١,٤% ، وذلك يتضح فى الجدول (٩) .

جدول (٩) : المتوسط الحسابى لنوع العلاقة بين المراسلين .

فئة العلاقة	النسبة المئوية	الترتيب
تساعد على توفير المعلومات .	٤٦	١
تعمل على تسهيل الاتصالات .	٤١,٤	٣
تعمل على تسهيل حركة الانتقال .	٣٤,٤	٧
تعمل على تسهيل الاتصال لمصدر المعلومات.	٣٩,٤	٥
تعمل على تسهيل الاتصال مع القيادات .	٤٠,٤	٤
تعمل على تنظيم لقاءات مع المسئولين .	٤٢	٢
تعمل على تدعيم العلاقات الاجتماعية .	٣٣,٦	٨
تعمل على تقديم الخدمات العامة للمراسلين .	٣٥,٦	٦

المحور الرابع :

مصادر المعلومات للمراسلين وصعوبة الحصول على المعلومات وينقسم هذا المحور إلى ثلاثة أقسام حسب الجداول التالية (١٠ ،١١ ،١٢) :

(أ) مصادر المعلومات :

جدول (١٠) : مصادر المعلومات للمراسلين .

الرقم	المصـــــدر	التكرار	النسبة المئوية
١	جهود ذاتية .	٣٦	٦٠
٢	الأجهزة الأمنية .	٣٠	٥٠
٣	وزارة الصحة .	٢٥	٤١,٧
٤	مؤسسات صحفية .	٢٠	٣٣,٣
٥	شخصيات عامة .	١٨	٣٠
٦	وزارة الزراعة .	١٥	٢٥
٧	مراكز المعلومات .	١٣	٢١,٦
٨	الرئاسة الفلسطينية .	١٠	١٦,٦
٩	مصادر إسرائيلية .	٨	١٣,٣
١٠	نقابة الصحفيين .	٦	١٠
١١	وزارة البيئة .	٥	٨,٣
١٢	وفا (وكالة الأنباء الفلسطينية) .	٥	٨,٣
١٣	مصادر عربية .	٤	٦,٧
١٤	الإذاعة والتلفزيون .	٤	٦,٧
١٥	هيئة الاستعلامات .	٣	٥
١٦	وزارة الإعلام .	٣	٥
١٧	وزارة الاتصالات .	٢	٣,٣
١٨	أخرى تذكر .	٢	٣,٣

يتضـح من الجدول السابق معاناة المراسلين فى الحصول على المعلومات لعدم وجود مركز فاعل لـلمعلومات أو جهـة مسئولة قادرة على التزويد والمتابعة ؛ ولذلك يعتمد المراسلون فى الأغلب على جهودهـم الذاتية بنسبة ٦٠% والأجهزة الأمنية بنسبة ٥٠% ووزارة الصحة ٤١,٧% وهذه النتيجة قريبة جدا من الواقع وتتفق مع ما نلاحظه ونتابعه من الأحداث.

ب – الصعوبات التى تواجه المراسلين فى الحصول على المعلومات حسب الجدول التالى :

جدول (١١) : الصعوبات التى تواجه المراسلين فى الحصول على المعلومات .

الرقم	الصعوبات	التكرار	النسبة المئوية
١	قيود حرية التعبير	١٧	٢٨,٣%
٢	ضعف مصادر المعلومات	٢٨	٤٦,٧%
٣	ضعف الحرفية والمهنية	١٦	٢٦,٧%
٤	عدم الاستقرار الأمنى	٤٤	٧٣,٣%
٥	الخوف من السلطة	٨	١٣,٣%
٦	عدم وجود لائحة منظمة للعلاقة	٣٦	٦٠
٧	تعدد المصادر الإعلامية	١٥	٢٥
٨	الشللية والقبلية	٢١	٣٥
٩	الانتماءات السياسية	٢٦	٤٣,٣
١٠	ندرة الإمكانات الفنية	١٣	٢١,٧
١١	سيطرة قوات الاحتلال	٤٠	٦٦,٧
١٢	عدم الثقة بين الطرفين	١١	١٣,٣
١٣	عدم وجود هيئة متخصصة	٣٤	٥٦,٧

يتضح من الجدول السابق أن الصعوبات التى تواجه المراسلين فى الحصول على المعلومات ، تعود إلى خمسة عوامل أساسية تتكامل مع بعضها بعضا ، وتتطابق مع ما ورد فى الجدول السابق . وجاءت هذه العوامل مرتبة على النحو التالى :

١ – عدم الاستقرار الأمنى بنسبة ٧٣,٣%

٢ – سيطرة قوات الاحتلال ٦٦,٧%

٣ – عدم وجود لائحة تنظيمية للعلاقة ٦٠%

٤ – عدم وجود هيئة متخصصة ٥٦,٧%

٥ – ضعف مصادر المعلومات ٤٦,٧%

ولو تأملنا هذه العوامل ، نلاحظ أنها تعود إلى الواقع الذى يعيشه الفلسطينيون فى الضفة الغربية وقطاع غزة بسبب الاحتلال الإسرائيلى والممارسات الوحشية اليومية ، بحق الأرض والشجر والحجر

والإنســـان ، وهو ما أشرنا إليه فى الجدول (١) موضوع الدراسة ، والذى يوضح حجم الأذى الذى يـــلحق بالإعلامـــيين الفلسطينيين . ولعلنى أشير هنا إلى تعرض صحيفة الرسالة الأسبوعية إلى التدمير والقصـــف بعد منتصف ليلة الجمعة ٢٠٠٤/٥/١٤ مع مركز للبحوث والدراسات يتبع حركة الجهاد الإســـلامى ، وهـــو ما أصاب عديدًا من المؤسسات الإعلامية الفلسطينية ، وفى مقدمتها إذاعة صوت فلســـطين الـــبرنامج العام – فى رام الله ، والبرنامج الثانى فى غزة عام ٢٠٠٢[٣٠] وما تزال المؤسسات الوطنـــية الفلسطينية تتعرض للانتهاكات الإسرائيلية غير المبررة ، بالإضافة إلى سياسة المنع والاعتقال والحصار والحواجز ، وغير ذلك من سياسات التحريف والتخريب والتدمير شبه اليومية ، وهو ما يؤثر على المراسلين ودورهم فى تغطية الأحداث المتوالية .

(جـ) كيف يواجه المراسلون هذه الصعوبات حسب الجدول التالى :

جدول (١٢) : كيف يواجه المراسل الصعوبة ويتغلب عليها .

الفـــئـــة	التكرار	النسبة المئوية
الجهود الذاتية .	٥٢	٨٦,٧%
المغامرة .	٢٢	٣٦,٧%
الطرق غير الرسمية وغير المعتمدة .	١٥	٢٥%
تعدد المندوبين فى المناطق .	٣٢	٥٣,٣%
العلاقات الشخصية .	٥٨	٩٦,٧%
تدعيم العلاقات فى المصادر الإسرائيلية .	٦	١٠%
تدعيم العلاقات فى المصادر الأجنبية .	١٥	٢٥%
تدعيم العلاقات فى المصادر العربية .	١٠	١٦,٧%
ابتداع القصص الخبرية .	١٧	٢٨,٣%
الإغراءات المالية .	٦	١٠%

يتضـــح من الجدول الســـابق أن المراسلين يعتمدون على جهـــودهم الذاتية وعلاقاتهم الشخصية وتوزيـــع المـــندوبين فى المناطـــق المختلفة والاعتماد على المغـــامرة والتعرض للخطر للحصـــول على المعلومـــات ، وربما ابتداع القصص الخبرية ، وهـــذا يتفق مع ما أشرنا إليه فى الجـــدولين (١٠ ، ١١) وما أشرنا إليه فى المحور الثالث حـــول العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية ذات العلاقة والتى تمثلها الجداول (٦ ، ٧ ، ٨ ، ٩) .

المحور الخامس :

مدى التزام المراسلين بأخلاقيات المهنة :

وينقســـم هذا المحور إلى قسمين يتعلق الأول بالتزام المراسلين بمواثيق الشرف وقانون المطبوعات ، بينما يتعلق الثانى بالمعايير الشخصية التى تحكم المراسلين فى ترتيب أجندتهم الإعلامية .

الالتزام بأخلاقيات المهنة :

جدول (١٣) : مدى التزام المراسلين بمواثيق الشرف .

مواثيق الشرف	إلى حد كبير جدا		إلى حد كبير		متوسط		ضعيف		ضعيف جدا		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قانون المطبوعات الفلسطينى .	١٠	١٦,٧	٣١	٥١,٦	٧	١١,٧	٤	٦,٧	٨	١٣,٣	٦٠	١٠٠
قانون الشرف الصحفى الفلسطينى.	٢٣	٣٨,٣	١٣	٢١,٧	١٤	٢٣,٤	٨	١٣,٣	٢	٣,٣	٦٠	١٠٠
قانون الشرف الخاص بالإعلام .	١٩	٣١,٦	١٤	٢٣,٤	١٥	٢٥	٢	٣,٣	١٠	١٦,٧	٦٠	١٠٠
النظام الخاص بالمراسلين .	١٨	٣٠	١٦	٢٦,٧	١٠	١٦,٧	٨	١٣,٣	٨	١٣,٣	٦٠	١٠٠
المسئولية الوطنية .	٣٦	٦٠	١٤	٢٣,٣	–	–	٨	١٣,٣	٢	٣,٣	٦٠	١٠٠
المسئولية القومية العربية .	٢٣	٣٨,٣	١٩	٣١,٧	٨	١٣,٣	٦	١٠	٤	٦,٧	٦٠	١٠٠

فى قراءة للجدول السابق ، يتضح عدد من المؤشرات ، نوجزها كما يلى :

١- التزام المراسلين الفلسطينيين بشكل واضح بقانون الشرف الصحفى ، الذى أعدته نقابة الصحفيين الفلسطينيين ، والذى يشتمل على سبعة وثلاثين بنداً ينتهى بالقسم وجاء فى مقدمته:

" إن العمـــل الصـــحفى لا يستمد شرفه من جودة أدائه فحسب ، بل من شرف الغاية التى تخدمهـــا الكلمة أو الصورة المنشورة "[٣١]. ويدعو إعلان الشرف الصحفى إلى : الالتزام الكامل بالقوانين الفلسطينية العامة ، وبما ورد فى وثيقة إعلان الاستقلال الصادرة فى نوفمبر عام ١٩٨٨ ، وقانون المطبوعات الفلسطينى والأعراف والمواثيق الدولية بهذا الشأن .

٢- على الرغم من دعوة ميثاق الشـــرف الصحفى الفلسطينى إلى الالتزام بقوانين المطبوعات والنشر ، إلا أن درجة الالتزام به حسب المراسلين أقل بكثير من الفئات الأخرى ، وهو إلى حد كبير يتوافق

مـــع الواقع ومع نظرة الإعلاميين إلى هذا القانون ، الذى يتخلف كثيرا عن الطموحات والواقع الميدانى للإعلام الفلسطينى .

٣- لوحـــظ من الجدول الالتزام بالمسئولية الوطنية والقومية أيضا ، وذلك يعكس واقع الانتماء الوطنى للمراســـلين بمخـــتلف اتجاهاتهم السياسية والفكرية والفصائلية ، وهو انسجام طبيعى بين الأفراد والمجتمع والانتماء .

٤- عكـــس الجدول رغبة المراسلين فى إيجاد قانون وإطار ينظمهم ويجمعهم ويكون مرجعًا لهم ، وقد أفـــاد نائـــب نقيب الصحفيين بغزة عدم وجود أى إطار أو نظام أو آلية تنظم عمل المراسلين ، باستثناء العلاقات التى تحرص النقابة على استثمارها للصالح العام[٣٢] .

(ب) المعايير الشخصية التى تحكم المراسل لترتيب الأجندة الإعلامية :

اجـــتهد الباحـــث فى بـــناء سلم للمعايير من واقع المعايشة الميدانية والمتابعة المتوالية والعلاقات الشخصية والإعلامية .

وهى كما يوضحها الجدول التالى :

جدول (١٤) : المعايير الشخصية التى تحكم المراسلين (متعدد) .

المعايير	التكرار	النسبة المئوية
نوع الأحداث وأهميتها	٤٥	٢٠,٤
سياسة الدولة والقناة	٣٢	١٤,٥
القناعة الخاصة بالمراسلين	٣٠	١٣,٦
الانتماء السياسى للمراسلين	٢٧	١٢,٢
تأييد مشروع السلام	٢٥	١١,٣
الشللية والعلاقات الخاصة	٢١	٩,٥
المؤثرات الخارجية	١٧	٧,٧
الخوف من الراتب أو المكافأة	١٠	٤,٥
المصالح الخاصة للمراسلين	٨	٣,٦
معارضة مشروع السلام	٦	٢,٧
الإجمـــالى	٢٢١	١٠٠%

" فى قراءة للجدول السابق ، نتوقف أمام المؤثرات التالية ، مع ملاحظة أن الإجابات وفق الاختيار المتعدد دون أن يكون شاملا لكل المعايير :

١ - تفرض الأحداث وأهميتها نفسها على المراسلين ، وفى ذلك توافق مع السياسة العامة للدولة صاحبة القناة ، والتى فى الأغلب تؤيد القضية الفلسطينية بعامة ، والحقوق الوطنية للشعب الفلسطينى .

٢ - تؤثــر القــناعة الخاصــة للمراســلين على نوع الرسالة وترتيب أجندة الأخبار ، فى ضوء تعدد الانتماءات السياسية والفكرية والفصائلية .

٣ - يتضــح مــن المعايير الخمسة الأولى التجانس والاقتراب من التوافق والتكامل ، ومعظم المراسلين يقــتربون بأسلوب أو بآخر من مشروع السلام والالتزام بمواثيق الشرف والانتماء إلى المجموع ، كمــا اتضح ذلك فى الجدول (١٣) حول الالتزام بأخلاقيات المهنة ، على الرغم من عدم وجود آلية للعمل تخص المراسلين ، أو إطار ينظم العلاقة مع المؤسسات الفلسطينية ذات العلاقة .

المحور السادس :

مقترحات المراسلين (مفتوح) :

مــن مراجعة المقترحات المدونة فى صحيفة الاستقصاء ، تبين أن عددا من المراسلين لم يسجل أية اقــتراحات ، وأن آخرين اكتفوا بالقول : بأن الإجابة عن المعايير تكفى للاقتراح بالمطلوب، وفى ذلك اجتهد الباحث فى استخلاص أهم المقترحات وفق ورودها فى صحيفة الاستقصاء على النحو التالى :

١ - العمــل عــلى إيجاد صيغة تنظم العلاقة بين المراسلين والمؤسسات ذات العلاقة بالإعلام ، مثل : وزارة الإعلام ، وهيئة الاستعلامات ونقابة الصحفيين .

٢ - دعــوة الأجهــزة الأمنية والرقابيــة إلى احترام دور المراســلين ورسالتهم الإعلامية ، وإتاحة الفرصــة للتعبير عن رأيهم ، واحترام آلية عملهم فى إطار المسئولية الاجتماعية والوطنية مع توفير الحماية لهم .

٣ - إنشــاء مركــز للإعلام والمعلومات وفق تكنولوجيا الإعلام المتطورة لتزويد المراسلين بالمعلومات والآراء والأخبار ، والمساعدة فى تسهيل مهمتهم .

٤ - توفير هامش من السرية الخاصة بالمراسلين ، مع الحق فى الحفاظ على مصادر المعلومات ، وضرورة العمــل على تنظيم لقاءات دورية واستثنائية ، لتوحيد الخطاب الإعلامى فى إطار الحق فى التعبير والالتزام الوطنى .

٥ – إعادة النظر فى قانون المطبوعات والنشر ، بما يتوافق مع التطورات السياسية والتكنولوجية وتدفق المعلومات والدعوة للتعددية الإعلامية .

النتائج العامة للدراسة :

فى ضـــوء المعالجة العامة لمحاور الدراسة الستة والجداول الإحصائية الخاصة بذلك ، يمكن التوقف عند عدد من النتائج العامة ، التى تؤثر تأثيرا واضحا لاستخدامات هذه الدراسة على النحو التالى :

- عينة الدراسة وفق صحيفة الاستقصاء : ستون مراسلا ومراسلة بواقع ٤٦ من الذكور بنسبة ٧٦,٧ % ، و١٤ من الإناث بنسبة ٢٣,٣% .

- درجـــة الرضـــا عن العمل متوسطة بنسبة ٥٦,٧% ، بينماجاءت دوافع المراسلين للعمل من الهواية بنسبة ٥٠% يليها التخصص بنسبة ٤٦,٧% .

- فى تعرف المهارات الخاصة بالمراسلين وفق نظرتهم إلى أنفسهم ، جاءت النظرة متواضعة وموضوعية ، حيـــث جاءت الدرجة المتوسطة فى المرتبة الأولى بنسبة ٤٠% ، على الرغم من القدرة الذاتية على ربط الأحداث وتحليلها والخبرة فى العمل ، وفى ذلك اتفاق مع واقع العمل الإعلامى وسط الظروف القاسية التى يعيشون فيها بفعل السياسة الاحتلالية .

- فى إطـــار العلاقة مع المؤسسة الوطنية ذات العلاقة ، فقد جاءت وزارة البيئة والاتصالات فى المرتبة المـــتقدمة تليها وزارة الزراعة ، وهى الجهات التى تتعرض مصالحها للانتهاكات الإسرائيلية ، وإن كان ذلك لا يعطيها الأولوية فى الحصول على المعلومات

- تأتى الجهود الذاتية والعلاقات الشخصية فى مقدمة الأساليب التى يعتمدها المراسلون فى الحصول على المعلومات ، لعدم توافر الجهاز المتخصص فى إطار السلطة الوطنية الفلسطينية ، وهو ما يجعل العلاقة بين المراسلين والأجهزة الأمنية والمؤسسات ذات العلاقة فى حال اهتزاز وعدم وضوح .

- يعمـــل المراسلون على الالتزام بميثاق الشرف الصحفى الذى أعدته نقابة الصحفيين بغزة ، أكثر من التزامهم بقانون المطبوعات الفلسطينى الذى يطالب المراسلون بإعادة قراءته وتعديله ، بما يتوافق مع التطورات السياسية والإعلامية .

- تحكـــم المسئولية الوطنية والقومية المراسلين فى تناولهم للأجندة الإعلامية ، وإعداد الرسالة الإعلامية وبخاصة فى هذه الظروف التى يزداد العدوان الإسرائيلى متعدد الأشكال .

- جاء العامل الإسرائيلى بشكل بارز فى سياق الصعوبات والتحديات ، والمعوقات لحركة المراسلين التى يحـــول الاحتلال الإسرائيلى دون الحق فى التنقل ، بسبب الحواجز وسياسة القهر والمنع المتكررة ؛ خاصة أثناء الأحداث الساخنة .

- تأتى الأحداث وأهميتها وسياسة الدولة صاحبة القناة الفضائية والقناعة الخاصة ، وما يتعلق بذلك فى مقدمـــة المعايير الشخصية التى يعتمدها المراسلون فى ترتيب الأجندة الإعلامية بالإضافة إلى الانتماء السياسى والالتزام الوطنى .

المقترحات

فى ضـــوء النـــتائج العامة للدراسة ، وفى ضوء المقترحات التى تم استخلاصها من واقع صحيفة الاستقصـــاء ، وفى ضوء الحاجة إلى تطوير مثل هذه الدراسات التى تسهم فى الجهود التى تبذل لصياغة إطـــار إعلامى ، ينظم المؤسسات الإعلامية ويدعم أهدافها ويوحد الخطاب الإعلامى .. فإن الباحث يقترح مايلى :

١ - العمـــل الجـــاد والســـريع لتشـــكيل مجلـــس أعلى للإعلام ، وفق التطورات السياسية والعلمية والتكنولوجية ، ويكون قادرًا على رسم معالم السياسة الإعلامية بوجه عام .

٢ - العمـــل الجاد على توحيد الخطاب الإعلامى الرسمى فى إطار التعددية السياسية والإعلامية ، وبما يكفل الحق فى التعبير والمحافظة على الرأى والرأى الآخر .

٣ - إيجاد صيغة تنظم العلاقة مع المراسلين سواء الفلسطينيين أم غير الفلسطينيين ، وفق النظم المعمول بهـــا فى العـــالم ، بحيـــث يوفر للمراسلين المعلومات والحماية من الاعتداءات وفى إطار المسئولية الإعلامية والوطنية .

٤ - إنشاء مركز للدراسات الإعلامية الذى تخلو منه الساحة الفلسطينية ، يسمح باستقطاب الطاقات الشابة ويتيح الفرصة للتدريب ، ويضع برنامجًا للدراسات التى تخدم المجتمع والدولة .

٥ - يوصـــى الباحث بالعمل على إعداد البحوث والدراسات التى تخص القائمين بالاتصال ، وبخاصة المرأة ودورها فى الإعلام وخدمة الرسالة الإعلامية .

المصـــــادر

(١) نبيل علي : **الثقافة العربية وعصر المعلومات** ، (الكويت ، عالم المعرفة ، العدد/٢٧٦ ، نوفمبر/٢٠٠) ص: ٥٦ .

(٢) حسين أبو شنب : **اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو الأغاني المصــورة** (القاهرة ، المؤتمر العلمى العاشر لكلية الإعلام- جامعة القاهرة) .

(٣) هربــرت شيلر : **الاتصالات والهيمنة الثقافية** ، ترجمة : وجيه سمعان عبد السميع ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩٣، ص : ٤٣ .

(٤) حسين أبو شنب: **الاتفاق الفلسطيني الإسرائيلي، الرأى والرأى الآخر**، ط١ (القاهرة، مكتبة مدبولى ، ١٩٩٥) ص .

(٥) هربرت شيلر: **الاتصال والهيمنة الثقافية** ، (م.س.ذ) ص ص:٣٨ ، ٦٠ .

(6) Unesco, analysis of problems and table of objectives to be used as a basic for medium- term planning(1997-1982)-Paris1974,p.28

(٧) **وثـــيقة إعلان المبادئ الصادر عن القمة العالمية للمعلومات**، (جنيف-١٠-١٢/٢٠٠٣) (مجلة الدراسات العربية الإعلامية، العدد/١١٣، أكتوبر، ديسمبر٢٠٠٣ ص:١٧٤ .

(٨) **تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام٢٠٠٣**، (القاهرة، مجلة الدراسات الإعلامية العدد/١١٣) (م.س.ذ) ص ص: ١٨٧-١٨٩).

(٩) محمـــود علم الدين: **تكنولوجيا الاتصال فى الوطن العربي**، (الكويت، عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، المجلد، ٢٣، العددان٢،١ يوليو - ديسمبر، ١٩٩٤) ص ص: ٩٥، ٩٦ .

(١٠) فهد بن عبـــد العزيز العسكر وفايز عبد الله الشـــهرى : **اتجاهات الصحفيين نحـــو مستقبل الصحافة المطبوعة فى عصـــر الإنترنت** ، (القاهرة، أكاديمية أخبـــار اليوم المؤتمر الســـنوى الثانى ، الصحافة وآفاق التكنولوجيا ، ٨-٩/٤/٢٠٠٣) ص:٢١ .

(١١) مـــاجى الحلـــوانى وحسن عماد مكاوى: **تكنولوجيا الاتصال فى عالم متغير**، جلسة عامة فى الحلقات النقاشية، (القاهرة، المؤتمر العلمى ، جامعة القاهرة، ١٩٩٩) ص ص : ٢٠٩، ٢١٢٦ .

(١٢) عادل عبد الغفار خليل ، **أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة** ، (القاهرة ، أخلاقيات الإعـــلام بين النظرية والتطبيق ، المؤتمر العلمى السنوى التاســـع ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، مايو٢٠٠٢) ص ص : ٧٤٧، ٧٤٨ .

(١٣) حســـن عمـــاد مكـــاوى، **أبعاد العولمة وإعادة هيكلة وسائل الإعلام** ، (القاهرة، المؤتمر العلمى الأول للقسم الدراســـات الإعلامية، العالم العربى وتحديات العولمة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، أبريل، ١٩٩٩) ص ص: ٧ ، ٢٢ .

(١٤) محمـــد إبراهيم عايش : التأثيرات المتمثلة للبث التليفزيونى المباشر عبر الأقمار الصناعية على نظم التليفزيون الوطنية فى المنطقة العربية ، (الرياض ، مجـــلة تليفزيون الخليج ، العددا ن، ٢ ، ٣ الســـنة ١٣، أكتوبر/١٩٩٤) ص:٤٤ .

(١٥) فـــاروق أبو زيد : انهيار النظام الإعلامى الدولي ، ط١ ، القاهرة ، مطابع الأخبار ، (١٩٩) ص ص : ٢١٥، ٢١٦ .

(١٦) حســـين أبو شنب : صوت فلسطين إذاعة تتحدى الحصار ، (القاهرة، مجلة الدراسات الإعلامية ، العـــددان/ ١٠٦، ١٠٧، يناير/ يونيه ٢٠٠٢ .

(١٧) الهيئة العامة للاستعلامات ، المركز الصحفى الدولى (إحصائيات حول الاعتداءات الإسرائيلية على الصحفيين والمؤسسات الصحفية خلال انتفاضة الأقصى من٢٩/٩/٢٠٠٢-٢/٥/٢٠٠٤) .

(١٨) محمـــود يوسف: أخلاقيات ممارسة حرية الرأى عبر وسائل الإعلام من منظور إسلامي (القاهرة، المؤتمر العلمى الســـنوى السابع لكلية الإعلام – جامعة القاهرة الإعلام وحقوق الإنسان العربي، مايو/٢٠٠١) ص ص ٣٨٦- ٣٨٨ .

(١٩) حســـن عماد مكاوى: نظرية المسئولية الاجتماعية وممارسة العمل الإخبارى، (القاهرة، مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، العدد التاسع، يوليو/١٩٩٣)ص: ٢٢٨ .

(٢٠) أمانى فهمي : أثر الممارسات الإعلامية للعاملين فى أخبار التليفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل ، (القاهرة ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد الخامس ، يوليو ، ١٩٩٦) ص ص :٨٥-١٢٠.

(٢١) مهـــا الطرابيشي : الضغوط والعوامل المؤثرة فى انتقاء الأخبار ونشرها لدى القائمين بالاتصال فى الصحف المصرية، (القاهرة ، مجلة البحوث والدراسات العربية / أعمال المؤتمر العلمى الثالث لقسم الدراسات الإعلامية / الإعلام العربى والمرأة، العدد٢٦، ديسمبر/٢٠٠١) ص ص : ٥٥٤، ٥٥٥ .

(٢٢) أحمـــد حســـين محمدين: معوقات الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال فى مجال الصحافة البيئية ، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد١٧، أكتوبر – ديسمبر /٢٠٠٢) ص ص ١٨٤، ١٨٥ .

(٢٣) سليمان صالح : مفهوم شـــرط الضمير ودوره فى تحقيـــق علاقة متوازنة بين الصحفى والمؤسسة الصحفية ، (القاهرة ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد الخامس ، يوليو /١٩٩٦) ص ص ٢١١، ٢١٢ .

(٢٤) هـــبة أمـــين شاهين : أخلاقيات العمل الإخبارى من وجهة نظر القائمين بالاتصال فى مجال الأخبار الإذاعية والتليفزيونية ، (القاهرة ، المؤتمر العلمى الســـنوى التاسع " أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق" ، الجـــزء الثالث ، كلية الإعلام بجامعة القاهرة مايو /٢٠٠٣) ص ص .

(25) Singletary :M.W.,Caudill, and white Allen, Motives for Ethical Decision-making , Journalism Quarterly , Vol ,67,No.4,Winter1990 pp ,gbx, 972

(26) Voakes,p.s, rights wrongs, and responsibilities: the Supreme Court and the media (westport ct: Green wood 1997,pp.14-29.

(27) Hirano, Chalinee, Journalistic professionalism in Thailand, paper presented to the 7th international conference on thai studies, Amesterdam 4-8 july 1999(at http : /www.pscw.uva.ni/icts7/mediahtmal).

(28) H.Al Anderson ,"An Empirical investigation of what social responsibility Means" Journalism Quarterly vol. 55, No,1 Spring 1977,pp ,33- 39.

(29) Hindman, E.B. Divergence of duty: differences in Legal and Ethical Responsibilities ,Journal of Mass Media Ethics ,Vol. 14,No. 4, Fall 1999 (at http:II ftviewer.epnet.com).

(٣٠) حســين أبو شنب : **الإعلام الفلسطيني في مواجهة الأزمات** (القاهرة ، المؤتمر العلمي الرابع لقسم الدراسات الإعلامية ، معهد البحوث والدراسات العربية ، مايو/٢٠٠٢) .

(٣١) نقابة الصحفيين الفلسطينيين (ميثاق الشرف الصحفي ، غزة/ فلسطين) .

(٣٢) توفيق أبو خوصة ، نائب نقيب الصحفيين بغزة (مقابلة في مكتبه يوم الاثنين ١٠/٥/٢٠٠٤) .

المعالجة الإخبارية لأحداث الحرب على العراق فى الفضائيات العربية

(دراسة تقويمية)

د. هويدا مصطفى(*)

مقدمة :

عكست التغطية الإخبارية للحرب على العراق فى الفضائيات العربية والأجنبية على السواء - العديد من الإشكاليات ، وأثارت عديدًا من التساؤلات ، ولعل أهم هذه الإشكاليات : العلاقة الوثيقة التى ربطت بين الأداء الإعلامى والتوجهات السياسية ؛ حتى بدا أن الفضائيات قد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الواقع السياسى والأهداف السياسية للأطراف المتعاملة ، والمؤثرة على أحداث هذه الحرب التى مارست أدوارا ومستويات متعددة من الاستخدام المباشر وغير المباشر لهذه الفضائيات ، فى إطار توجهات العمل السياسى .

وقد أدت هذه الأوضاع إلى بروز إشكالية الحرية والاستقلال فى أداء وسائل الإعلام العربية والغربية ، وهى إشكالية واجهتها المحطات الفضائية فى الأنظمة الإعلامية المختلفة ، ولكن بدرجات ومستويات متعددة حتى داخل النمط الإعلامى الواحد . فعلى مستوى الإعلام الغربى(وسائل الإعلام الأمريكية والأوروبية) من الصعب : القول أن وسائل الإعلام الغربية قد عكست فى معالجتها الإخبارية لأحداث الحرب على العراق نمطًا واحداً . وحتى داخل وسائل الإعلام الأمريكية نفسها لم يكن أداء CNN مطابقا أو متشابها مع أداء محطة FOX الأمريكية ، وإن كان النمط الغالب لهذه التغطية قد عكس درجة ما من الارتباط بالتوجهات السياسية والعسكرية فى إطار بعض المتغيرات التى تحكم الممارسة الإعلامية وقت الأزمات ؛ حيث تقل درجة الخلاف المسموح بها سياسيا وإعلاميا ، فضلا عن طرد معظم فرق التغطية الإخبارية للمحطات الأمريكية من بغداد أو المناطق الواقعة تحت سيطرة النظام العراقى السابق ، سواء بضغط بعثى أم بأوامر عسكرية من قبل قوات التحالف . كما شكل الإطار

(*) أستاذ مساعد بقسم الإذاعة . كلية الإعلام - جامعة القاهرة .

المهـــنى الذى مارست فى إطاره فرق المراسلين الغربيين دورها فى التغطية الإخبارية للحرب على العراق تحديـــا مـــن نوع آخر ، ساهم فى فقدان هذه التغطية لعنصر التوازن ؛ حيث كانت المناطق التى أتيح لمراســلى المحطات الغربية التحرك فيها بحرية محدودة للغاية ، تمثلت فى مناطق الأكراد فى الشمال ، أو كمراسلين حربيين فى إطار قوات التحالف ، فضلا عن خضوع المراسلين للرقابة المسبقة ، وتقييد أماكن زيـــارة المواقـــع العسكرية، وكذلك إغفال الصور الحية أو تقديمها بصورة منتقاة كما ذهب "روبرت فيســـك" مراسل "الإندبندنت" وأحد أهم الصحفيين الغربيين المتخصصين فى شئون الشرق الأوسط ، حيث أشار إلى أن كلا من شبكة CNN و CBS و ABC قد وافقت على تواجد مسؤولين من مشاة البحرية الأمريكية بغرفة أخبار تلك الشبكات فى "ولاية أتلانتا" للموافقة على مُسوَّدة تقارير المراسلين قبل إذاعتها أو نشرها .[1]

كمـــا أشار "كلايف مايرى" مراسل هيئة الإذاعة البريطانية ، أن القوات الأمريكية فرضت على المراســـلين الغربـــيين ارتـــداء الزى العسكرى ، والإقامة الكاملة مع قوات التحالف مما جعل التغطية الإخـــبارية تفـــتقر إلى إطار موضوعى يتسم بالدقة والحيدة والتعبير عن وجهات نظر مختلفة ، مما أثار الجـــدل حول قيم الاستقلالية والتوازن والموضوعية التى تعد تقاليد راسخة فى المجتمعات الديمقراطية[2] حيث أنشأت الولايات المتحدة "مكتب الإعلام الدولى Office of Global Communications " (OGC) فى ٢١ يناير ٢٠٠٣ بديلا" لمكتب التاثير الإستراتيجى Office of Strategic Influence" (OSI) الـــذى استهدف التأثير على توجهات الإعلام الدولى بما يتلاءم وتوجهات السياسة الخارجية الأمريكـــية ، وهو منوط به تحرير الرسائل الإعلامية التى تستهدف دعم السياسة الخارجية الأمريكية ، ومواجهـــة حملات الإعلام المضاد التى يشنها النظام العراقى. وقد ذكرت هذه الأوضاع بما حدث فى حـــرب الخلـــيج الثانـــية حيـــث خلصت الدراسة التى أعدها "مركز الدراسات الإعلامية فى جامعة ماساشوستس" إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام وانخفاض درجة المعرفة لدى الجمهـــور بحقيقة ما يدور فى الحرب . وقد أدى النقص فى المعرفة إلى تأييد التدخل العسكرى[3] كما أشـــارت دراسة قامت بها مؤسسة Fairness and Accuracy in Reporting (FAIR) إلى أنه فى حـــرب العـــراق ، كانت الشبكات التليفزيونية الأمريكية تعبر عن وجهة النظر الرسمية حيث أظهرت الدراســـة أن ٦٧% من المصادر الكلية التى اعتمدت عليها هذه الشبكات لتغطية أحداث الحرب على العراق كانت لمسؤولين حاليين أو سابقين ، بينما ارتفعت هذه النسبة إلى ٧٥% للمصادر الأمريكية ، تاركة بذلك مساحة محدودة لوجهات النظر المستقلة[4] .

وعلى الجانب الآخر ، لم يسلم الأداء الإعلامى العربى من هذه الإشكاليات ، حيث أثارت تغطية الفضـــائيات العربـــية لأحداث الحرب على العراق قضايا متعددة تتعلق بالأيديولوجيات والتوجهات السياسية والتوازنات السياسية ، وهى إشكاليات لم ترتبط بالأداء الإعلامى الرسمى فحسب ، بل امتد تأثيرهـــا إلى الإعـــلام غير الرسمى أو المستقل ، على الرغم مما حققته المحطات العربية غير الحكومية من تغطية متميزة مهنيا ، بغض النظر عن الحديث عن مدى موضوعيتها و استقلالها المهنى .

وفى إطار تقويم أداء الفضائيات العربية فى تغطية أحداث الحرب على العراق ، انقسمت الآراء بـــين من اعتبر أن الفضائيات العربية قدمت لملايين المشاهدين العرب ، لأول مرة ، إعلاما غير خاضع لســيطرة الحكومات رغم الضغوط والحرب النفسية والمادية التى تعرضت لها من السلطات الأمريكية ، وبين من وجه انتقادات حادة لهذه الفضائيات و اتهمها بأنها لعبت دورا أساسيا فى اضطراب العراق قبل الحرب و بعدها ، عندما حاولت استثمار إحباط الرأى العام العربى ، واستغلاله ماديا وكان اهتمامها وهدفها هو : كسب الجماهير دون مراعاة للحقيقة[٥] .

وعلى الرغم من أن الإطار السياسى الذى عملت فيه المحطات الفضائية العربية كان مواتيا لتحقيق تغطـــية عربية أكثر دقة وموضوعية ، استنادا إلى وجود رأى عام عربى معادٍ للحرب ومعادٍ فى الوقت نفسه للنظام العربى الرسمى ، إلا أن التغطية الإخبارية للفضائيات العربية لم تستغل هذه المرونة السياسية العربية إزاء تغطية متوازنة وصريحة حيث تعرضت هذه التغطية – لا سيما بعد الأيام الأولى للحرب– للانكمـــاش، كمـــا تراجعـــت مساحة الحرية فى وسائل الإعلام العربية سواء بسبب الضغوط الرسمية الأمريكـــية على الحكومات العربية والانتقادات التى تعرضت لها بعد عرضها لصور الأسرى أم القتلى الأمريكيين أم الآثار المدمرة الناتجة عن القصف فى البصرة و المدن العراقية الأخرى[٦] . وقد جاءت هذه الانـــتقادات فى الوقت الذى شهدت فى الفضائيات العربية زيادة أعداد المحطات الإخبارية العربية – فى ظـــل نظام فضائى عربى متنامٍ بلغ عدد محطاته ما يقرب من مائتى محطة فضائية عربية ، ما بين محطات حكومـــية و محطـــات خاصة[٧] ، وكذلك التفوق التقنى الذى سمح لقناة "الجزيرة" أن تتواجد فى كل مناطق العراق التى كانت تحت سيطرة النظام العراقى السابق، أو التى تقع تحت سيطرة المعارضة العراقية، فحققـــت بذلك درجة من الندية الفنية والتقنية مع الإعلام الغربى ، ولكن تبقى إشكالية حدود الحرية المتاحة للمراسلين فى الحصول على المعلومات دون ما يعيق هذه العملية من قيود ، لا سيما مع قيام"بول بريمـــر"الحاكم المدنى الأمريكى للعراق بإصدار ما عرف "بالأمر رقم ١٤ بتاريخ ١٠ يونيو ٢٠٠٣ " الذى حدد فيه الأنشطة المحظورة وجزاءات من يخالفها والتى رأى البعض أنها قد أعطت لقوات الحاكم

المدنى الأمريكى سلطة استخدام كل الإمكانات المتاحة لسلطة التحالف للتدخل فى نشاطات المنظمات الإعلامـــية دون إخطار مسبق ، وكذلك الحصول على أية مواد محظورة ومعدات إنتاج وإغلاق المقار الإعلامية[٨] .

وفى هذا الإطار ، هناك عدة ملاحظات حول التغطية الإعلامية للحرب على العراق من أهمها :

١- تعمـــيق دور الفضائيات والإنترنت ومحاولة توظيفها التوظيف الأمثل من جانب كل طرف طبقا لتوجهاته وأهدافه السياسية .

٢- المبالغة فى الخطاب الإعلامى المستخدم، ومحاولة كل طرف تصوير النزاع كأنه يسير فى مصلحته بغـــرض اســـتعراض قوته ، و حشد الدعم الشعبى حتى أطلق البعض على بعض جوانب التدخل العســـكرى الأمـــريكى البريطانى فى العراق "حرب الفضائيات " على اعتبار أن كل طرف كان يحاول إظهار صورة الطرف الآخر بأنه تلقى هزيمة قاسية .

٣- أبرزت الحرب على العراق أن الدعاية والتشويش لا تزال من أهم العناصر خلال الحروب ، ولكن مع خصائص عصر المعلومات ، طرأ تطور جديد وهو: توافر المزيد من فرص التحقق من مختلف أنواع الادعاءات ، وبالتالى أصبح من الصعب الاعتماد على دعاية كاذبة تماما .

٤- اخـــتلاف مســـتوى المصداقية فى الأداء الإعلامى لكل طرف من أطراف الأزمة، فقد استخدم الجانـــب العراقى وسائل الإعلام لتوثيق حالات ضحايا الحملة العسكرية وسط المدنيين ، إلا أن تقاريره لم تخل من التأكيدات الكاذبة ، وفى المقابل، تعرضت الجهات الرسمية الأمريكية لانتقادات عنـــيفة عـــندما تضاربت تقاريرها مع تلك التى بعث بها المراسلون المرافقون للقوات فى الخطوط الأمامية للمعركة .

٥- كانـــت هناك منافسة فى تغطية أحداث الحرب بين مختلف القنوات الفضائية العربية ، مما أحدث توافـــر مادة متنوعة للمشاهد العربى . ولكن غاب عن هذا التنافس الحرص على تفسير الأحداث وفق رؤية موضوعية بعيدة عن الأساليب الدعائية المباشرة واللغة الحماسية والعاطفية[٩] .

وبذلـــك جـــاءت الحرب الأمريكية على العراق كدليل على تغيير دور وسائل الإعلام فى العالم المعاصر من حيث انقلاب المفاهيم التقليدية الخاصة بوظيفة الإعلام فى أهم الأحداث السياسية ، حيث أصبحت وسائل الإعلام بدءا من حرب أفغانستان عنصرا من عناصر الحرب الحديثة ووسيلتها الرئيسية، لأن الرأى العام فى كل بلد تأثر بالتغطية الإعلامية لمجرى المعارك نفسها ، إضافة إلى دور وسائل الإعلام فى الإعداد للحرب وتبرير مشروعيتها وضرورتها[١٠] .

مشكلة البحث :

فى ضوء ما نصت عليه مواثيق الشرف الإعلامية من ضرورة الالتزام بالموضوعية، وتحقيق التوازن والحـــياد فى التغطية الإعلامية لأية قضية ، وفى ضوء ما كشفت عنه كثير من الدراسات من أن هناك أزمة فى مصداقية وسائل الإعلام ، و فى ضوء ما أثير من جدل بين الباحثين والأكاديميين حول المعالجة الإخـــبارية للفضائيات العربية لأحداث الحرب على العراق بين مؤيد ومعارض لسمات هذه التغطية ، سواء من حيث مدى دقتها أم موضوعيتها ومدى توازنها فى عرض الأحداث ومدى ارتباط هذه التغطية بالـــتوجهات السياسية . وفى إطار الجدل الكبير الذى اثير حول تغطية الفضائيات العربية بين الكتاب والمحللـــين السياســـيين والإعلاميين والذى شكل مادة صحفية متبـــاينة الآراء والاتجاهات ، تكمن مشـــكلة هـــذا البحث فى الوقوف على سمات المعالجة الإخبارية للفضائيات العربية فى تغطية أحداث الحـــرب على العراق من خلال تحليل توجهات هذه المعالجة من واقع الأطر المرجعية التى استندت إليها والمصادر التى اعتمدت عليها والقوى الفاعلة التى ركزت على إبراز دورها فى الأحداث ، وكذلك من واقـــع تحليل اتجاهات المقالات والتحقيقات والآراء التى تناولت الأداء الإعلامى لهذه الفضائيات خلال المراحل المختلفة للحرب على العراق .

أهداف البحث :

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم إطار تحليلى لتقويم أداء القنوات الفضائية العربية على صعيد المعالجة الإخـــبارية لأحـــداث الحرب على العراق ، فهناك خلاف كبير بين المثقفين والأكاديميين والسياسيين والإعلامـــيين، ومخـــتلف فئات قادة الرأى حول موضوعية هذه المعالجة الإخبارية أو انحيازها ، ومدى التزامها بالقواعد المهنية ، وكذلك حول مدى الحرية التى تتمتع بها ، ويزداد هذا الخلاف ، ويصبح بالغ الحدة أحيانا ، فى الأحداث الكبرى التى تجذب اهتمام الرأى العام .

وتعد الحرب على العراق آخر هذه الأحداث التى أثارت جدلا واسعا حول أداء القنوات الفضائية العربية خلالها ، فقد اشتد الخلاف بين من رأوا أن المعالجة الإخبارية لهذه القنوات كانت على مستوى رفـــيع من الأداء المهنى ، وبين من اعتبروا هذه المعالجة منحازة بشكل كامل أو شبه كامل ، سواء إلى الـــنظام العـــراقى السابق (قنوات الجزيرة والعربية بصفة خاصة) أم إلى الولايات المتحدة (الفضائية الكويتية) .

وتهـــدف الدراسة إلى تقديم إطار تحليلى لتقويم هذه المعالجة استنادا إلى المقالات والتحقيقات التى نشرت فى كثير من المطبوعات العربية والأجنبية التى تناولت الأداء الإخبارى لهذه الفضائيات ، خلال فترة الحرب والفترة التالية .

وفى هذا السياق تركز الدراسة على جانبين أساسيين، يركز الجانب الأول على تصنيف الاتجاهات المتضمنة فى هذه المواد بالتركيز على أكثرها إثارة للجدل (قنوات الجزيرة وأبو ظبى الفضائية والعربية والكويتية واللبنانية LBC) من خلال تصنيف الاتجاهات إلى ثلاثة اتجاهات رئيسية :

- **أولهـــا** : أشاد بأداء القنوات الفضائية العربية من حيث الكفاءة المهنية والجدية وما حققته من كسر الاحتكار الغربى فى التغطية الإخبارية الذى شهدته حرب الخليج الثانية من خلال الاعتماد على شبكة CNN الإخــبارية ، مما أبرز قدرة الفضائيات العربية على المنافسة العالمية ؛ حيث أصبحت مصدرا رئيسيا للفضائيات العالمية ووكالات الأنباء ، واستطاعت أن تنقل صورة حية للأحداث ، وكذلك ردود أفعـــال الـــرأى العـــام العالمى من خلال الاعتماد على شبكة من المراسلين المدربين والمزودين بامكانات تكنولوجية من أقمار صناعية وكاميرات رقمية ، حيث حرصت هذه المحطات على التزود بأحدث الأجهزة فى مجال البث ، فاعتمد المراسلون فى "قناة الجزيرة " على أجهزة الكومبيوتر المفكرة المحمولـــة "لايـــف بوك سى" والتى تتيح إمكانة الربط مع أجهزة العرض المختلفة ، أو مع الأجهزة التليفزيونـــية والتواصـــل مع آلة تسجيل الفيديو الرقمية والماسحات الضوئية والعديد من الأجهزة الطرفية لنقل المعلومات الصوتية والمرئية الرقمية بشكل فورى من أى منطقة من مناطق العالم(١١) .
- **ثانيها** : هاجم هذا الأداء وأكد افتقاره إلى قواعد المهنة والكفاءة والمصداقية .
- **أما الاتجاه الثالث** : فقد تراوح بين الاتجاهين السابقين بأشكال ودرجات متفاوتة .

وقـــد تم تناول هذه الاتجاهات الثلاث والأسس التى استند عليها كل اتجاه من الاتجاهات السابقة لقياس مدى موضوعيتها ، وتحديد عناصر القوة والضعف فى أداء الفضائيات العربية .

أما الجانب الآخر من البحث فيتناول تحليل توجهات التغطية الإعلامية للفضائيات العربية ازاء الأطراف الفاعلة فى الأزمة ومدى اختلاف هذه التوجهات باختلاف التوجهات السياسية ازاء هذه الأطراف وذلك من خلال التحليل الكيفى للعناصر التالية :

١- الأطـــر المرجعـــية التى استندت إليها الفضائيات العربية ، والإطار الدلالى للمفردات المستخدمة ، ومستويات الخطاب الإعلامى المستخدم .

٢- المصادر الإعلامية المحلية والعربية والدولية التى تم الاعتماد عليها فى تغطية الأحداث.

٣- القـــوى الفاعلـــة ، وتتضـــمن الصفات والأدوار المنسوبة لأطراف الصراع والتى ركزت عليها الفضائيات .

الإطار النظرى للبحث :

يعـــتمد الإطار النظرى لهذا البحث على محاور وأبعاد "نظرية الصراع الدولى" حيث تعد ظاهرة الصـــراع إحـــدى الحقائق الثابتة فى واقع الإنسان والجماعة البشرية على كافة مستوياتها . وإذا كانت ظاهـــرة الصراع ظاهرة كلية ، فإن المكونات البنائية لها تشكل ظواهر فرعية ، ومن ثم تتعدد جوانب وصور ظاهرة الصراع ، فهناك الصراع النفسى والاقتصادى والاجتماعى والسياسى(١٢) . أما الصراع الدولى فهو ظاهرة عدم التوافق أو التناقض فى المصالح و القيم والأهداف القومية بين القوى الفاعلة فى الـــنظام الـــدولى الذى يتميز بحتمية التفاعل بين وحداته المتناقضة فى منطلقاتها القيمية والأيديولوجية . وتتحول ظاهرة التناقض إلى ظاهرة الصدام عندما تسعى قوة فاعلة للتدخل فى شئون قوة فاعلة أخرى ، سواء تم ذلك فى صورة تدخل نظامى أم بفعل سلطات الدولة على شكل عدوان مباشر أو غير مباشر ، وتـــزداد ظاهرة الصراع انتشارا فى المجتمع الدولى كلما افتقد المجتمع الدولى للشرعية ، وإن كان توافر الشرعية لا يعنى بالضرورة اختفاء الصراع الدولى (١٣) .

ويعـــرف الصـــراع الـــدولى أيضا بأنه : ذلك التفاعل الناجم عن المواجهة والصدام بين المصالح والمعـــتقدات السياسية والبرامج وغير ذلك من الكيانات المتنازعة وهو الشق الأنشط والأكثر بروزا فى العلاقات الدولية ، فى مقابل شقها الآخر المتمثل فى التعاون الدولى(١٤) .

ويفـــرق الباحثون فى مجالى الصراع والسلام بين مفهوم "حل الصراع" Conflict Resolution وبـــين مفهوم " إدارة الصراع " Reconciliation و استبعاد الخلافات الأساسية فى الصراع ، وإزالة مصادر هذه الخلافات . أما إدارة الصراع فهى تعنى التحكم أو الحد من أو احتواء الصراع لجعله أقل تدميرا لذلك ، فإن عملية إدارة الصراع ليست بالضرورة عملية لإزالة أسباب الصراع ، إلا أن نجاحها قد يؤدى إلى حل الصراع ، فهى البديل الوحيد لأطراف الصراع لجعله أقل عنفا(١٥) .

وتقـــوم وســـائل الإعلام بوظائف معينة من أجل إدارة الصراع ، فمنذ أقدم العصور استخدمت الأداة الإعلامـــية فى نطاق التحرك السياسى الخارجى ، وقد اختلف أسلوب استخدام هذه الأداة تبعا لدرجـــة التطور فى وسائل الإعلام ، إلا أن السمة الأساسية فى الإعلام الخارجى تتمثل فى كونه إعلاما

موجهـــا إلى العـــدو ، ومن هنا ، كانت السيادة فى هذا المجال لأشكال معينة من الإعلام ، كالدعاية والشائعات والحرب النفسية[١٦] .

وعـــندما تنشـــب الأزمات يزداد الاهتمام بالوسائل المختلفة للسياسة الخارجية ، ومنها الإعلام الدولى حيث تتفاعل إمكانات الدولة العسكرية والاقتصادية والسياسية والخصائص السيكولوجية للرأى العام مع الوسيلة الدعائية فتؤثر وتتأثر بها .

وتلعـــب وســـائل الإعلام دورا فعالا فى إدارة الصراعات والأزمات من خلال أسلوب معالجتها للحلول المتاحة ، ويتمثل هذا الدور فى انتقاء وسائل الإعلام للمعلومات الخاصة بالأحداث المؤيدة لأحد الحلول أو للحل الآخر للصراع[١٧] .

وبالنسبة للصراعات العربية ، تشير الدراسات إلى أن الأداة الإعلامية كانت من أهم الأدوات التى استخدمت فى إدارة الصراعات العربية ، فقد أظهرت الدراسات أن أكثر أدوات الصراع التى تلجأ إليها الدول العربية هى الأداة الدعائية وبنسبة تكاد تساوى مجموع نسب الأدوات الأخرى ، وهى : الأداة الاقتصادية والأداة العسكرية والأداة الدبلوماسية .

وقـــد أشـــارت الدراسات أيضا إلى بعض مظاهر أزمة الإعلام فى إدارة الصراعات الدولية ، التى ارتبطت ببعض الظواهر التى تؤدى إلى زيادة حدة هذه الصراعات ومنها :

١- التطفـــيف الإعلامى والذى يشير إلى انتقائية للقضايا والموضوعات والمواقف والنتائج تبعا لمصلحة القوى الفاعلة فى الأزمة .

٢- المبالغة والتهويل فى وصف الأحداث أو فى السياق الذى ترد فيه .

٣- التشـــخيص الإعلامـــى والذى يزكى نمطا معينا فى تعامله مع الأحداث والتركيز على الشخوص والزعامات .

٤- التبعية الإعلامية سواء للسلطة السياسية فى الداخل أو للنظام الدولى ، وفق علاقات القوى المسيطرة على الأحداث والمعلومات .

٥- تـــنازع الجمـــاهير والاستحواذ على الرأى العام لتشكيل اتجاهاته ، وفقًا لمصالح القوى الفاعلة فى الأزمة أو الصراع [١٨] .

وفى إطار الحديث عن نظرية الصراع ودور الإعلام فى إدارة هذا الصراع تبرز أهمية بعض المؤلفات الـــتى طرحت مفهوم "حروب المستقبل" و "الحروب الافتراضية" التى يلعب الإعلام فيها دورا بارزا ، حيـــث تبرز أهمية الحملات الإعلامية الموجهة والتى تستهدف إرباك العدو وتشتيت قدراته من خلال توظـيف المعلومـــات والاتصالات لمساندة الجبهة العسكرية وتحقيق النصر . ومن هنا يصبح للإعلام وظائف ومهام تتمثل فى التمهيد للحروب وتغطية مراحلها المختلفة ومتابعة تداعياتها وآثارها على كافة الجـــبهات وهـــو ما حرص الإعلام الأمريكى طوال مراحل الحرب على العراق الالتزام به حيث مرت المواجهة بين أمريكا والعراق – فى إطار أبعاد نظرية إدارة الصراع – بثلاث مراحل تتوازى مع المراحل التى مرت بها العملية السياسية و الدبلوماسية التى هيأت الشعب الأمريكى ، ومن ثم الرأى العام العالمى للحرب .

اتســـمت المرحلة الأولى بالتركيز على العراق كدولة خارجة على القانون والإلحاح على ضرورة التزامها بالقرارات الدولية ، وقد نجحت الولايات المتحدة فى هذه المرحلة فى الحصول على موافقة شبه إجماعية من دول العالم على ضرورة التزام العراق باحترام القانون الدولى وتنفيذ قراراته .

وتتميز المرحلة الثانية بالدفاع عن العراق ، كدولة لا تستطيع الوفاء بمسئولياتها الدولية بسبب تسلط الـــنظام العـــراقى على مقاليد الحكم . ولذلك ، تردد اسم القيادة العراقية فى أحاديث كبار المسئولين الأمريكـــيين فى إطـــار إظهار حرصهم على تنفيذ برنامج النفط مقابل الغذاء مع التنديد بتبذير "صدام حســـين " لأمـــوال النفط ، وقد نجح هذا الأسلوب الإعلامى فى تحويل اتجاهات الرأى العام والمؤيد لبرنامج النفط مقابل الغذاء من التعاطف مع الشعب العراقى إلى السخط على القيادة العراقية المتسببة فى عدم استفادة الشعب العراقى من هذا البرنامج .

وفى المرحلة الثالثة عمدت الولايات المتحدة إلى استخدام أسلوب إعلامى جديد استهدف الفصل بـــين القـــيادة العراقية والعراق كدولة ، الأمر الذى أدى إلى اختفاء اسم صدام حسين من التصريحات الأمريكية ، مع الإشارة إليه دون ذكر اسمه والتشديد على ضرورة أن يرحل لأنه أخفى أسلحة الدمار الشامل مع الحرص على ورود اسم "العـــراق" كدولة فى سياق إيجابى مثـــل " شعب العراق العريق " أو "العـــــراق ذو الإمكانـــات الضخمة " بينما تم التركـــيز على ســـلبيات صدام حسين فى إطـــار منفرد ، وقد تحقق لهذا الأســـلوب الإعلامى قدر من النجاح الذى حققته الولايات المتحـــدة فى إدارة هذا الصراع(١٩) .

نـتائج تحليل التوجهات و الآراء التى تناولت المعالجة الإخبارية للفضائيات العربية فى تغطيتها لأحداث الحرب على العراق :

أولا : تصنيف الاتجاهات و الآراء إزاء التغطية الإخبارية لأحداث الحرب على العراق

١- الاتجاه الذى أشاد بأداء الفضائيات العربية فى تغطيتها لأحداث الحرب على العراق:

اعـتمد أصـحاب هـذا الاتجاه على بعض الأدلة و الأسانيد التى تدعم وتشيد بالأداء الإعلامى للفضائيات العربية فى تغطية أحداث الحرب على العراق من أهمها :

أ- كسر الاحتكار الغربى للتغطية الإعلامية وقت الأزمات :

يـرى أصحاب هذا الاتجاه أنه على الرغم من عدم وجود أية ثمار إيجابية فى الحرب على العراق ، إلا أن الانتصـار الـذى حققـته الفضائيات العربية هو أنها قد جعلت الصوت الآخر فى هذه الحرب مسـموعا للجميع . فمنـذ ١٢ عاما عندما انفردت CNN بتغطية أحـداث حرب الخليج الثانيـة عـام ١٩٩١ ، لم يكن هناك سوى الصوت و الصورة الأمريكية للحرب ، أما فى حرب الخليج الثالثة فقد ثبتت مصداقية الفضائيات العربية مثل " الجزيرة " و "أبو ظبى " وغيرهما فى التغطية الإعلامية ؛ فبعد أن كانـت المحطـات الأمريكية تنقل عنهما أهم الأحداث و الأخبار اختفت علامة هذه القنوات من الشاشـات الأمريكية كنوع من تحويل الأنظار عنها بعد أن عرفها المواطن الأمريكى ، واعتاد أن يرى قـنواته تنقل عنها أهم الأحداث كما حدث فى "حرب أفغانستان " وبث رسائل " بن لادن " زعيم تنظيم القاعدة والتى خص بها قناة الجزيرة.[٢٠]

وبذلـك ، فقد أصبحت الفضائيات العربية تعمل بشكل مستقل عن المصادر العالمية الإخبارية ، وصـار للفضائيات العـربية مراسلون فى الخطـوط الأمامية للحرب مما أعاد التوازن لعمـلية التدفق الإخبارى ، وصار الإعلام العربى المرئى خلال الحرب مصدرا مهما للأخبار ، مما أكسبه صبغة ليست إقليمية فحسب ، بل عالمية أيضا.[٢١]

ب- تنافس الإعلام الفضائى العربى وتميزه :

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن المحطات الفضائية العربية تنافست فى نقل الحرب ، وتميزت كل قناة فى مجال محدد ، كما تميزت فى موقفها من هذه الحرب ، حيث دارت معركة تنافسية كبيرة بين ثلاث

قنوات إخبارية عربية بهدف كسب ٣٠٠ مليون مشاهد عربي ، وهذه القنوات هى : (الجزيرة القطرية، والعربـــية ، وقناة أبو ظبى) وقد استعدت هيئات التحرير فى القنوات الثلاث جيدا للحدث ، فسجلت قناة "أبو ظبى" حضورا قويا فى جنوب العراق ، وأعلنت برنامجا خاصا قبل اندلاع الحرب أطلقت عليه "استوديو الحرب" كما قامت بتغطية مباشرة للأحداث من خلال مجموعة من المراسلين لها فى بغداد ، كمـــا حققـــت سبقا ملحوظا فى تسجيل لحظة إطلاق النار الأولى على العراق . وفى اليوم الثانى من الحرب على العراق قامت محطة BBC وشبكة CNN - التى طردت من العراق - وغيرها من القنوات العربية والغربية بنقل الحدث من شاشة "أبو ظبى" ، كما كانت أول قناة تطلق شعار " ساعة الحسم " عـــند انتهاء المهلة التى منحها الرئيس الأمريكى لصدام حسين لمغادرة العراق فى إشارة إلى بداية مرحلة حاسمة فى الأزمة العراقية ، كما قدمت أيضا لقطات حصرية لاستسلام جنود عراقيين لقوات التحالف وسجلت السبق أيضا فى تقديم برامج تحليلية لتغطية الأحداث.[٢٢]

وفى المقابل ، تعددت تقارير" قناة الجزيرة " المباشرة من بغداد وشمال العراق خاصة من الموصل ، وقد أتاح هـــذا التنافس بين الفضائيات العربية للمشـــاهد العربى سرعة الحصول على المعلومات بلغته مما وفّر لـــه التعرض لتغطية مختلفة عما يلقاه فى قنواته المحلية التى التزمت بالخط الرسمى والتى خضـــعت لرقابة مشددة.[٢٣]

جـــ- الانتشار وتميز الأداء بالمصداقية لدى الجمهور العربى والغربى :

كشفت استطلاعات الرأى التى أجريت حول التغطية الإعلامية لأحداث الحرب على العراق ، عن ارتفاع نسبة تعرض الجمهور العربى والدولى إلى الفضائيات العربية ، حيث احتلت قناة "أبو ظبى" المرتبة الأولى بالنســـبة للقـــنوات التى تحظى بمتابعة أحداث الحرب لدى المشاهدين المصريين ، وجاءت قناة الجزيـــرة فى المرتبة الثانية ، بينما انخفض عدد مشاهدى شبكة CNN لأدنى مستوى منذ حرب الخليج الثانية كما أشارت الدراسات إلى أن قناة الجزيرة قد كسبت ٤ ملايين مشترك جديد فى أوروبا خلال الحرب على العراق[٢٤] ، وأشـــارت استطلاعات الرأى فى الولايات المتحـــدة الأمريكية إلى أن ٨٠% مـــن الأمريكيين قد لجأوا إلى وسائل إعلام غير أمريكية لمتابعة أحداث الحرب بما فى ذلك الفضائيات العربية[٢٥] .

د- انحـــياز الإعلام الأمريكى فى تغطية أحداث الحرب على العراق فى مقابل تميز أداء الفضائيات العربية بالحرية والموضوعية :

استند الاتجاه المؤيد لتغطية القنوات الفضائية العربية لأحداث الحرب على العراق إلى تميز أداء هذه الفضـــائيات بالمصداقية مقارنة بالتحيز الذى اتسمت به التغطية الإخبارية الأمريكية ، فذهب أصحاب هـــذا الـــرأى إلى أنه رغم التقارير اليومية عن الحرب المرتقبة على العراق ، لم يسمع الأمريكيون عبر وســـائل الإعلام الأمريكية عن حقيقة الحرب، فلم تتطرق هذه الوسائل إلى حجم الخسائر البشرية من الجانب العراقى، وكذلك تدمير البنية التحتية ، فعلى امتداد الفترة من ٢٠٠٣/١/١ إلى ٢٠٠٣/٣/١٢ لم تقـــدم أى من الشبكات التليفزيونية الأمريكية الرئيســـية (ABC , NBC , CBS) أية تفاصيل عن الآثـــار طويلة المدى للحرب على الأوضاع الإنسانية فى العراق ، كما أظهرت دراسة لمؤسسة FAIR أنه فى الأزمة العراقية كانت الشبكات التليفزيونية الأمريكية تعكس وجهة النظر الرسمية فقط ، مما دفع بـــأعداد كـــبيرة من المشاهدين الأمريكيين إلى اللجوء إلى الإنترنت للحصول على معلومات أخرى ، وكذلـــك إلى بعض الفضائيات العربية التى تنقل على الهواء مباشرة بدون الرقابة المشددة التى فرضتها تغطـــية شبكة CNN [٢٦] وقد استند مؤيدو الفضائيات العربية إلى آراء الكتاب الغربيين للتدليل على انحـــياز التغطـــية الأمريكية فى مقابل انفتاح الفضائيات العربية على الآراء المختلفة ، ففى مقال بعنوان "دراســـة مقارنـــة بـــين CNN وقناة الجزيرة "كتب "ريد كوستى" يقول : "تواصل CNN إحباط مشـــاهديها فى السعودية والمنطقة العربية بتقاريرها المنحازة ، حيث تركز تحليلاتها و تغطيتها الإخبارية وتقارير مراسليها على تقدم القوات الأمريكية و البريطانية فقط ، بينما تظهر" قناة الجزيرة "ليس فقط الجانـــب الإنسانى من هذه الحرب و لكن مشاهد لا تقدمها CNN أو أية محطة أمريكية أخرى " [٢٧] كمـــا أشار "مايكل مور" محلل الشئون الأمريكية فى محطة BBC إلى أن الهجمات التى شنتها الإدارة الأمريكـــية على قناة الجزيرة منذ أحداث الحرب فى أفغانستان لم تحقق النجاح المرجو ، بل" اضطرت واشنطن إلى تغيير أسلوبها ، فمنح بعض مسئوليها أمثال "باول ورايس" ، مقابلات امتنعوا لفترة طويلة عـــن إجرائها مع هذه القناة ، بل جرى الحديث عن شراء بعض الوقت على قناة الجزيرة لتقديم وجهة النظر الأمريكية تجاه العراق "[٢٨] .

هـ- تميز أداء الفضائيات العربية بالكفاءة والمهنية :

أشاد أصحاب هذا الاتجاه بأداء القنوات الفضائية العربية التى عملت على تغيير مناخ وبيئة العمل الإعلامى العربى الذى كان يتسم بالجمود، وشكل أداء البعض منها مثل" قناة الجزيرة "، أساسا لتحول كـــبير فى عمل الفضائيات العربية ، فبدأت تنسج على منوالها القنوات الأخرى ، فكانت بذلك دافعا لـــنوع جديد من القنوات والبرامج تعكس اتجاهات جديدة فى السياسات والمواقف ، وقد انعكس هذا التميز فى أداء الفضائيات العربية أثناء الحرب على العراق من حيث الكفاءة المهنية والجدية حيث لجأت كـــل محطة إلى اتباع بعض الأساليب المهنية الجاذبة ، فلجأت قناة MBC على سبيل المثال إلى أسلوب جديـــد فى نشـــرالها الإخبارية جمع بين التحقيقات الميدانية والتقارير الإخبارية والتحليل والمقابلات ، وبدأت قناة "أوربيت" برنامج على الهواء لاستضافة كبار السياسيين و الاعتماد على الأساليب التفاعلية مع الجمهوروقدمت "قناة الجزيرة" منابر للنقاش العام والحوار المباشر على الهواء مع الجمهور ، وتميزت بمراسليها الميدانيين الذين يعدون خبراء بمنطقة عملهم ، وقد أدى ذلك إلى تحول مراسليها إلى نجوم لأول مرة فى تاريخ التليفزيونات العربية.[٢٩]

٢- الاتجاه الذى هاجم أداء الفضائيات العربية فى تغطية أحداث الحرب على العراق :

استند أصحاب هذا الاتجاه إلى مجموعة من المبررات والأدلة التى تنتقد المعالجة الإخبارية للفضائيات العربية فى تغطيتها لأحداث الحرب على العراق وكان من أهمها:

أ - الانحياز إلى الشارع العربى على حساب الحقائق والمعلومات :

أشـــار أصحاب هذا الاتجاه إلى أن الفضائيات العربية فى تغطيتها لأحداث الحرب على العراق قد باتت حذرة إلى حد ما ثم اتسمت تغطيتها بالانحياز الشديد إلى الشارع العربى وليس للموقف العراقى أو الاعتـــبارات المهنية[٣٠] ففى معرض التأكيد على هذا الانحياز كتب المحلل السياسى " رامى خورى" عـــن أوجه الانحياز فى القنوات العربية مشيرا " أن الصورة لا يمكن أن تكتمل إلا من خلال مشاهدة قنوات الجانبين : الغربى والعربى ، فقد أظهرت الحرب على العراق أن الإعلام الذى يغطيها ليس أحادى الصورة ، بل إعلام متعدد الأصوات إلى درجة التنافر أحيانا "[٣١] . أيضا تمثل انحياز الفضائيات العربية- وفقـــا لهـــذا الاتجاه- فى استبعاد رأى المعارضة العراقية ، كما أنها بعد سقوط بغداد استمرت فى هذا الانحـــياز باستضافة شخصيات منحازة إلى حد بعيد اعتبر بعضها أن "عملية سقوط تمثال صدام حسين هى مسرحية قامت بإعدادها وإخراجها القوات الأمريكية " والبعض الآخر اعتبر سقوط بغداد " خيانة

كبيرة " ، فالفضائيات العربية – كما تذهب هذه الآراء – "استمرت فى الدفاع عن نظام صدام حسين على حساب الشعب العراقى "(٣٢) .

ب – غياب الموضوعية فى أداء الفضائيات العربية :

ذهـــب أصحاب الاتجاه المناهض لأداء الفضائيات العربية إلى أن الموضوعية – كأحد أهم المعايير العالمــية فى تقـــويم أداء وسائل الإعلام بوجه عام – مفهوم غائب فى أداء الإعلام العربى بشكل عام ، وذلك لأسباب كثيرة أرجعتها هذه الآراء إلى أسباب سياسية وثقافية ومهنية ، فطبقا لهذه الآراء لا تعد الموضوعية من التقاليد الإعلامية الراسخة فى أداء الإعلام العربى أو حتى الثقافة العربية . وكذلك ، فإن الغالبية العظمى من العاملين فى الفضائيات العربية تكونت خبراتهم المهنية فى مؤسسات إعلامية حكومية مـــن ناحية ، وليست الموضوعية من المعايير التى يطلبها المشاهد العربى فى التغطية الإخبارية خاصة ما يهمه من أحداث من ناحية أخرى ، ولذلك لم تتحقق الموضوعية فى أداء الفضائيات العربية على الرغم مـــن التأكـــيد المستمر فى تنويهات الفضائيات العربية على الموضوعية" وعرض الرأى والرأى الآخر " فالعناوين الرئيسية للأحداث فى معظم الفضائيات العربية كانت توحى بغير ذلك .

و يضيف أصحاب هذا الاتجاه إلى أنه " إذا كانت القيود على التغطية الموضوعية فرضت فى وسائل الإعلام الأمريكية من خلال تحالف بين الإدارة الأمريكية والمؤسسات المالكة لهذه الوسائل ، فإن القيود على الموضوعية فى العالم العربى فرضها الغضب العربى وهذه هى المرة الأولى التى يفرض فيها الرأى العام قيودا على التغطية الإخبارية واستجابت الفضائيات العربية لهذه المطالب "(٣٣) .

ج– الافتقار الىمعايير الكفاءة والمهنية فى أداء الفضائيات العربية :

يـــرى أصحاب هذا الاتجاه أن أبرز ما كشفت عنه الحرب على العراق استمرار القصور المهنى ، فالتغطية الإخبارية المتزامنة التى قدمتها الفضائيات العربية جاءت فى كثير من الأحيان " على حساب دقة الـــتقارير الإخبارية وهى وإن كانت مشكلة عالمية بعد ظهور البث الفضائى المباشر ، إلا أن الخبرات المهنية التى تراكمت لدى الفضائيات العربية لم تكن بالمستوى الذى يقلل من الأخطاء والتناقضات أو حـــتى تقـــديم تقاريـــر حقيقـــية " فيشير أصحاب هذا الاتجاه إلى أنه كان هناك إسراف فى استخدام تكنولوجيا البث المباشر دون أن يواكب ذلك مستويات مهنية ملائمة لتغطية الحروب .

وقـــد تمثلت الأخطـــاء المهنية فى " ســـيطرة التحليلات والتفســـيرات التى لم تستند إلى الحقائق والمعلومات " وكانت معظم هذه التحليلات تثير الجانب العاطفى للمشاهدين بتوجيه النقد إلى الولايات

المتحدة الأمريكية وتجنب تأييد النظام العراقى ، بمعنى آخر تحولت الخدمات الإخبارية لهذه الفضائيات – كما يشير هـــذا الاتجاه – " إلى خدمة حســـب الطلب لتقترب أكثر من أن تكون صحافة إلكترونية شـــعبية . لذلك ، فإن الفضائيات العربية لم تكن لتقدم سوى نصف الصورة فقط ، وأضاف أصحاب هـــذا الاتجـــاه : " إن الإعـــلام العربى المرئى كان يتنافس لكسب أكبر عدد من المشاهدين ، وتسابق للحصـــول عـــلى المعلومة بغض النظر عن صحتها مما جعل التنافس للأفضلية أهم من التنافس لإيصال الحقيقة"[٣٤] .

د– غلبة الإطار الأيديولوجى على أداء الفضائيات العربية :

أشار أصحاب الاتجاة المناهض لأداء الفضائيات العربية فى تغطيتها الإخبارية لأحداث الحرب على العراق ، إلى أن تفاعل الفضائيات العربية مع الجمهور العربى قد جاء من منطلق "برجماتى لملاكها" فقناة "الجزيـــرة" التى حققت شعبية كبيرة فى الحرب على أفغانستان ، كانت تتطلع إلى الحفاظ على شعبيتها وقدرتهـــا عـــلى التأثير فيما بعد الحرب ، فضلا عن أن التعاطف الواضح مع العراقيين كان يحقق مزايا لدولة قطر التى منحت القوات الأمريكية مقر القيادة المركزية ، أما قناة "العربية" – التى ظهرت قبل بدء العمليات العسكرية على العراق بهدف مواجهة قناة الجزيرة ونفوذها القوى فى الشارع العربى – لم يكن أمامهـــا ســـوى الاســـتجابة لمطالب الشارع العربى ، الأمر الذى أغضب المساهمين الكويتيين فقرروا الانســـحاب . وكذلك ظهرت قناة " أبو ظبى " ضمن القنوات الأكثر مشاهدة أثناء الحرب و لم يكن خيارها بعيدا عن خيار القناتين السابقتين "[٣٥] .

كمـــا أضـــاف أصحاب هذا الاتجاه أن الفضائيات العربية " قد أرجأت المهنية لتفسح المجال أمام استثارة عواطف الجمهور العربى "[٣٦] .

هـــ– لجوء الفضائيات العربية إلى المبالغة و التضخيم :

يـــرى أصحاب هذا الاتجاه أن الإعلام الفضائى العربى فى الحرب على العراق قد اتسم بالتعجل واللجوء إلى المبالغة ، والنبرة الحماسية على حساب المعلومة والحقيقة ، وأضاف أصحاب هذا الاتجاه إلى وجود فجوة كبيرة بين الإعلام الفضائى العالمى والأمريكى من ناحية ، والإعلام الفضائى العربى الذى "كان إعلاما موجها وشموليا حيث تحولت نشرة الأخبار عن مهمتها فى نقل الأخبار والمعلومات دون تدخل ودون انتقائية ، إلى خطب حماسية تخلط بين الرغبات الشخصية وبين الحقيقة "[٣٧] .

و- اتباع الفضائيات العربية لإستراتيجية الخداع الإعلامى والإعلام المضاد :

وفقـــا لآراء أصـــحاب الاتجاه المناهض لأداء الفضائيات العربية فى تغطيتها لأحداث الحرب على العراق ، فإن هذه الفضائيات "قد انساقت وراء ما استخدمه الإعلام الأمريكى فى الحرب على العراق مـــن كافة أساليب ما يسمى بالدعاية المعادية والخداع الإعلامى ، فتبنت الشائعات ومنها ما بثته "قناة الجزيـــرة" عن انضمام رئيس الأركان العراقى السابق إلى القيادة الأمريكية فى قطر ، كما أعلنت قناة العربـــية – فى هـــذا السياق – عن استيلاء القوات الأمريكية على محطات الإذاعة العراقية ، وفى اليوم الثالث للحرب بثت قناة الجزيرة شائعة مفادها أن القوات الأمريكية تختبر القنبلة E فى العراق ، وهذا النوع نفسه من الشائعات بثته "قناة أبو ظبى" فى اليوم الرابع من الحرب ، وكانت عن استسلام الفرقة ٥١ مشـــاة ميكانيكا العراقية ، كما بثت قناة الجزيرة عديدًا من الشائعات التعبوية للرأى العام العراقى لإمكانة تعديل اتجاهاته مثل مقتل نائب الرئيس العراقى ، ونائب رئيس مجلس قيادة الثورة ، إلى جانب شـــائعة هـــروب أعـــداد كبيرة من القادة والجنود العراقيين ، وقد جاء تبنى الفضائيات العربية لمنهج الشائعات على حساب المصداقية والموضوعية"(٣٨) .

كمـــا أشـــار أصحاب هذا الاتجاه أيضا إلى اعتماد أداء الفضائيات العربية على أسلوب "الإعلام المضاد" ، ومن أمثلة ذلك إصرار" قناة الجزيرة " على استمرار الاشتباكات حول " ميناء أم قصر " بعد إعلان قوات التحالف عن سقوط هذا الميناء ، وعلى خلاف ما بثته قنوات التليفزيون الأخرى من أن المنشـــآت المستهدفة كانت منشآت عسكرية فقط ، بثت القناة أخبارا عن استهداف مواقع مدنية و لم تستطع إثبات صحة ذلك(٣٩) .

وبذلـــك فقـــد أحدثت الفضائيات العربية – وفقا لهذا الاتجاه – تخمة إعلامية تخاطب العواطف وتعتمد على الإثارة إلى جانب الاعتماد على الشائعات التعبوية لاكساب الرأى العام العراقى عديدًا من السلوكيات والاتجاهات المضادة للنظام والقيادة العراقية(٤٠) .

٣- الاتجاه الذى تراوح بين الإشادة بأداء الفضائيات العربية وبين نقد هذا الأداء:

تـــراوح هـــذا الاتجاه بين النقد والإشادة بدرجات متفاوتة وقد استند أصحاب هذا الاتجاه فى موقفهم الوسطى إلى النقاط التالية :

أ- نجـــاح الفضـــائيات فى الظهـــور بمستوى مهنى جيد ، من حيث الفورية فى نقل الأخبار وتحليل الأحـــداث وتنمية الوعى الجماهيرى من خلال الحوارات واللقاءات التى أجرتها مع متخصصين فى كافة المجالات ونجاحهـــا فى أن تكون فى قلب الأحداث من خلال مراســليها فى موقع الحدث ، إلا أنها قدمت المبرر للولايات المتحدة فى حربها على العراق من خلال بثها مشاهد ســقوط بغداد بما نقلته من صور إسقاط تماثيل صدام حسين وصور الفوضى ، وعمليات السلب والنهب والفرحة الغامـــرة بسقوط صدام حسين ، مما أعطى انطباعا لدى الرأى العام العالمى بأن الهدف من الحملة العسكرية على العراق هو "تحرير الشعب العراقى" من النظام العراقى .

ب- تطور أســـلوب تغطية الأحداث باستخدام الأســـاليب التقنية الحديثة ، مع الحرص على نقل كل مـــا يحدث دون تأخير عبر الأقمار الصناعية ، وتقديم تغطية إخبارية متواصلة واستقطاب المحللين والمتخصصـــين ، إلا أن هـــذا الحمـــاس قد تراجع بعد سقوط بغداد ، وكذلك تراجعت التغطية المباشـــرة وعمدت الفضائيات العربية إلى النقل عن مصادر وكالات أنباء أجنبية ، كما تراجعت الصورة الحية التى كانت تتابع أحداث الحرب بشكل مباشر .

جـــ - استغلال بعض الفضائيات لاختلاف الآراء والمواقف تجاه الحرب على العراق ، لتشير إلى قضايا ومشـــاكل عربية داخلية مما أدى إلى إثارة الحروب النفسية والاجتماعية إلى جانب الحروب التى بدأت بها أجهزة الإعلام الغربية .

د - كـــثافة تركيز القنوات الفضائية العربية على أحداث الحرب على العراق ونجاحها فى تحقيق السبق الصحفى فى كثير من الأحداث ، ولكن جاء ذلك على حساب اهتمامها ببعض القضايا العربية الأخرى وفى مقدمتها الانتفاضة الفلسطينية[٤١] .

ثانيا : تحليـل توجهات المعالجة الإخبارية للفضـائيات العربية فى تغطيتها لأحداث الحـرب على العراق :

مـن خـلال رصـد وتحليل مضمون المعالجة الإخبارية للحرب على العراق ، يتضح أن التغطية الإخبارية لأحداث الحرب على العراق قد تمت من خلال ثلاثة محاور رئيسية :

١ – المؤتمـرات الصـحفية الـتى كان يعقدها وزير الإعلام العراقي والمسؤلون العراقيون من ناحية ، والمسـولون العسكريون الأمريكيون والبريطانيون من مركز قيادة قوات الغزو فى قطر من ناحية أخرى .

٢ – خطب الرؤساء ونوابهم من الجانب العراقى ومن جانب قوات التحالف .

٣ – تغطية الصحف والفضائيات العربية والعالمية وشبكة الإنترنت لأحداث الحرب والتى تمت فى سياق تنافسى يعكس المصالح المتناقضة لأطراف الصراع .

ويلاحظ أن إعلام الحرب على العراق قد انقسم إلى تيارين ، يمثل التيار الأول إعلام دول الحلفاء وفى مقدمـتها الإعـلام الأمـريكى والإعلام البريطانى الذى سمح بهامش من النقد يناهض الحرب ، ويتواكب مع هذا التيار النقدى ، قدر من التعددية النقدية فى الإعلام العربى الذى أظهر تأييدا ملحوظا للشعب العراقى .

وقـد اقتربت نسبة كبيرة من وسائل الإعلام العربية بمعالجتها للحرب من تيار الإعلام الأوروبى المـناهض لـلحرب مع اختلاف الأولويات ، مع ملاحظة أن الإعلام الخليجى فى معظمه (خصوصا الإعلام الرسمى) كان يتبنى وجهة النظر الموالية لتوجهات الإعلام الأنجلو أمريكى .

وعلى الرغم من اختلاف وجهات النظر حول تقويم أداء الإعلام العربى فى تغطية أحداث الحرب على العـراق ، إلا أن الحقيقـة الأكثر بروزا هى أن الأزمة العـراقية الأخيرة والتى انتهت بالحـرب على العراق واحتلاله ، كانت سـببا رئيسيا فى تعمـيق أهمية دور وسـائل الإعلام المرئية وتحـديد الفضائيات منها .

وقـبل الحديـث عن توجهات الإعلام الفضائى العربى فى تغطيته ومعالجته لأحداث الحرب على العـراق ، لابـد مـن الإشارة إلى بعض الملاحظات المهمة التى أوردها المحللون والخبراء الإعلاميون

والسياسيون فى ســياق دراسة المناخ والإطــار الذى مورست فيه هــذه التغطية الإخبارية والتى جاء من أهمها :

١ - عكست الحرب على العراق تداخلا بين مفهومين وهما : "الحرب الفعلية " و"الحرب الفعالة " أو بعــبارة أخرى ، الحرب الميدانية والحرب الإعلامية ، حيث اتسمت التغطية الإعلامية للحرب على العراق بكثافة غير معتادة وتدفق غير مسبوق للأخبار والتقارير والصور والتعليقات ، كما ظهرت فى هذه الحرب تكنولوجيا متطورة جعلت منها حدثا بصريا وتكنولوجيا لــه خصوصيته المميزة ، كما أنها كانت من أكثر الحروب التى استخدم فيها التضليل الإعلامى من خلال الانتقائية الشديدة للأخبار من الطرفين : (الأمريكى والعراقى) وفى هذا الإطار مارست الفضائيات العربية تغطيتها الإخبارية(٤٢) .

٢- تأكيد الدراسات الإعلامية أن ٣٠% من التصريحات الإعلامية وقت الحروب تكون مضللة كجزء أساســى من الحرب النفسية ، ويؤكد ذلك سماح القوات الأمريكية لقنوات محددة بتغطية أحداث الحــرب وتوصــيل رســائل معينة ، ويتضح ذلك من خلال ما تقوم به CNN حيث يقوم خبير عســكرى أمــريكى – داخل المكتب الرئيسى لشبكة أتلانتا فى ولاية جورجيا – باختيار وتنقيح الأخبار التى يتم بثها(٤٣) .

٣ - أثبتت متابعة الأداء الإعلامى وقت الحروب والأزمات ، وكذلك أحداث الحرب على العراق أنه كــلما تعددت المصادر زادت إمكانة إتاحة الفرصة للجمهور للحصول على المعلومات .. لكن فى الوقت نفسه تقل إمكانة التحقق من المعلومات نتيجة التضارب بين هذه المصادر .

٤ - عــلى الــرغم مــن امتلاك التليفزيون تكنولوجيا فائقة التطور والتقدم تمكنه من التغطية الشاملة والدقيقة لأى حدث ، إلا أن التغطية للحرب على العراق لم تعكس هذا التفوق ؛ فكان هناك نقص شــديد فى نوعية المعلومات وتكرارها وعرضها بدون تدقيق أو تمحيص حرصا على التدفق المستمر والمباشر للأخبار . لذلك ، شهدت الأيام الأولى للحرب العديد من المعلومات المتناقضة التى قدمتها وسائل الإعلام على كافة مستوياتها دون تدقيق .

أما عن أداء الفضائيات العربية فإن تحليل هذه التوجهات قد ارتبط ببعض الحقائق المهمة منها :

١- أن مفهوم الإعلام العربى ينصرف إلى وسائل الإعلام الناطقة بالعربية والمملوكة أو المدارة من قبل جهات عربية رسمية أو غير رسمية . وبالتالى ، فالمفهوم ليست لــه أبعاد أخرى مشتركة سياسية أو

أيديولوجـــية ، أو وســـائل إعـــلام تتبنى رؤية مشتركة أو لها مواقف مشتركة أو بينها مفردات ومصطلحات مشتركة .

٢- أهمـــية التفرقة بين وسائل الإعلام العربية حسب طبيعتها : "مرئى ، مسموع ، مقروء ، فضلا عن المواقع الإخبارية على الإنترنت " .

٣- أهمية التفرقة بين وسائل الإعلام العربية حسب الجهة التى تملكها أو تتولى إدارتها ، ومن ثمة ، يكون التمييز بين وسائل إعلام رسمية مملوكة بالكامل للدولة ووسائل إعلام خاصة ، تدار من قبل جهات مستقلة لحساب جهة رسمية(٤٤) .

٤- كـــان هناك عديد من العوامل التى ساهمت فى ارتقاء الإعلام العربى منها : توفير تقنيات متطورة للتواصـــل مع المراسلين ، ووجود اهتمام غير مسبوق فى الوطن العربى بالفضائيات ، واستثمار فى المجـــالات الإعلامية مع وجود واقع عرض وطلب إعلامى من خلال الحرب أدى إلى تدفق سيل كبير من الأخبار والمعلومات يقابله طلب كبير لاستهلاك هذه الأخبار ، خاصة أنها تدور فى أرض عربـــية شهدت أحداثا وأزمات مشابهة جعلت لدى هذه الفضائيات خبرة وممارسة وعلى رأسها الحرب فى أفغانستان ، يضاف إلى ذلك غياب موقف رسمى عربى فعال تجاه الحرب على العراق ؛ مما أوجد فراغا سياسيا أتاح للفضائيات العربية ميدانا خصبا للعمل(٤٥) .

وبالنظر إلى الأداء الإعلامى العربى فى مجمله ، يلاحظ أن الاتجاه العام للأداء كان محكوما بالموقف السياسى للدولة بصفة عامة ، وإن كانت بعض المحطات العربية قد عمدت إلى تغطية الموقف السياسى باعتبارات من الحرفية و الموضوعية .

فوسائل الإعلام العربية التى أيدت العمل العسكرى الأمريكى ضد العراق ، اتخذت موقفا واضحا فى تأييد الحرب الأمريكية البريطانية على العراق ، وإن عملت على الفصل بين النظام العراقى وشعب العـــراق ، وعملت فى الوقت نفسه على شن حملات إعلامية ضد الدول والجهات التى اتخذت موقفا معاكسا لها ، وجرى فى هذا السياق توجيه اتهامات بالعمالة والحصول على رشاوى من النظام العراقى السابق إلى وسائل الإعلام التى كانت تتخذ موقفا مختلفا عن موقفها .

والأمر نفسه يمكن تسجيله بالنسبة للجهات التى عارضت العدوان على العراق ، فقد اتخذت موقفا واضـــحا فى معارضة أى عدوان عسكرى ضد العراق وشنت حملة ضد الجهات ووسائل الإعلام التى اتخذت موقفا مغايرا لموقفها .

أما وسائل الإعلام العربية التى اتخذت موقفا يتمثل فى المعارضة الرسمية لضرب العراق ، مع تقديم التســهيلات العملــية للعمـــل العســكرى ، فقد مالت إلى تغطية هذا الموقف على نحو يعكس هذه الازدواجية ، فى حين كانت عمليات دعم ومساندة وتأييد العمل العسكرى الأمريكى تجرى على أرض الواقــع ، عمدت وسائل الإعلام التابعة لهذه الدول إلى اتخاذ مواقف معارضة للعدوان العسكرى على العراق(٤٦) .

وفى هذا الإطار ، ظهر جليا أن هناك حالة من الانقسام ، بل والتضاد بين وسائل الإعلام العربية فيما يتعلق بالموقف من العراق، وقد أدى التداخل ما بين التوجهات السياسية والإعلامية ، ورغبة بعض الــدول العربــية فى التغطــية على مواقفها الداعمة للحرب على العراق ، إلى إحداث اضطراب لدى الجمهــور العــربى ، فالفضائيات العربية مالت إلى تقديم جزء من المشاهد التى تؤكد وجهات نظرها وتوجهاتها السياسية .

١ – الأطر المرجعية التى استخدمتها الفضائيات العربية فى معالجتها الإخبارية لأحداث الحرب على العراق:

بالنسبة للإطار الدلالى للمفردات المستخدمة :

عكســت التغطــية الإخبارية للفضائيات العربية توجهات وانحيازات مختلفة تجاه الأحداث طبقا للتوجهات السياسية انعكست فى المفردات المستخدمة والإطار الدلالى الذى سيقت فيه هذه المفردات وذلك بدءا من تسمية الحرب والتى كشفت عن هذه التوجهات ، فكل وسيلة قد اختارت منذ البداية نــوع انحيازها باختيار الاسم الذى أطلقته على الحرب ، فاختارت قناة الجزيرة تسمية " الحرب على العــراق " وهــى التسمية التى كانت أكثر انتشارا فى وسائل الإعلام العربية ، واختارت محطة LBC تسمية "حرب على العراق " بينما اختارت" قناة العربية" تسمية "حرب الخليج الثالثة " التى تأخذ مسافة أبعد عن العراق وتظهر حيادية تستدعى التاريخ فبدت بعيدة عن توجهات الرأى العام العربى الذى رأى أن هذه الحرب تعد عدوانا سافرا ، بينما أطلقت "قناة أبوظبى" تسمية "الحرب" وفى قناة المنارة عبرت التســمية عـــن نبرة أعلى من الرفض والإدانة حيث أطلقت على الحرب "العدوان الأمريكى" أما "قناة المســتقبل" فاخــتارت عنوانا مثل " العراق فى مهب العاصفة" أما التليفزيون الأردنى فقد بدأ بتسمية " الحرب فى العراق " ولكن بعد بضعة أيام ومع تصاعد الحماس العاطفى للجماهير تبدلت هذه التسمية لتصــبح " الحرب على العراق " كما لجأ "التليفزيون الأردنى" إلى تعديل بعض المفردات فى المضمون

الإخبارى واستخدم لأول مرة مصطلح "الغزو" والإدانة لما يلحقه القصف من دمار ولفظ " شهداء " مدنـــيين، فالموقف السياسى الأردنى بدأ بلغة إعلامية متحفظة لا ترغب فى التورط ، فى ضوء التقدير لمعركة كان يظن ألها معركة قصيرة والهيار سريع للنظام العراقى ، لكن امتداد المعركة فرض تعديلا على اللغة والمفردات المستخدمة [٤٧] .

وقـــد ســـاقت كل قناة مبرراتها فى اختيار هذه المسميات التى أثارت تساؤلا حول مرجعية هذه التسميات وما تعكسه من توجهات وإطار دلالى قد يعكس توجها سياسيا أو توجها مهنيا . فبالنسبة إلى " قـــناة العربية "- وفقا للمبررات التى ساقها مسئولو هذه القناة - كانت تسمية الحرب " بحرب الخليج الثالثة " يوحى بتسلسل حروب فى إطار جغرافى، فحرب الخليج الأولى دارت بين العراق وإيران، وحـــرب الخليج الثانية وقعت عند احتلال العراق للكويت ، وحرب الخليج الثالثة هى حرب الولايات المـــتحدة عـــلى العراق وبذلك لم يكن هناك إطار أيديولوجى وراء هذه التسمية بقدر ما كان سياق المضـــمون هو الدافع الأساسى وراء هذه التسمية ، أما تسمية الحرب فى " قناة أبوظبى" فقد عكست توجها محايدا كما يذهب مسئولو القنـــاة حيث أرادوا أن يسموا الأشياء بمسمياتها " فلا تحمل التسمية ما لا تحتمل ، وقد تأتى المواقف فيما بعد، فمصطلح الحرب هو صالح فى بداية الحدث ، وصالح إلى أن تنتهى الحرب"[٤٨] .

عمـــدت الفضـــائيات العربـــية التى اتخذت موقفا مؤيدا للعراق - بصرف النظر عن دوافع هذا الموقف- إلى نقل كل ما من شأنه أن يطمئن المشاهد العربى بأن العراق سيكون "مقبرة الغزاة " ، ومن ثمـــة فقد كانت الحرب بالنسبة لهم " عدوانًا أمريكيًا بريطانيًا على العراق " يرمى إلى احتلال هذا البلد العربى ونهب ثرواته .

أمـــا الفضائيات التى اتخذت موقفا مغايرا ، فقد عمدت إلى نقل صور ومشاهد تؤكد قرب نهاية الـــنظام العـــراقى ، وتطلع الشعب العراقى إلى التخلص من نظام " صدام حسين " ولذلك استخدمت مفردات لوصف الحرب بأنها "حرب تحرير العراق" [٤٩].

كما استجابت بعض الفضائيات لتوجهات الرأى العام العربى مما عرض بعضها للارتباك منها "قناة العربية" التى استخدمت فى بداية الحرب على العراق كلمة " قتيل " عراقى و" قتلى " عراقيين .. لكن عـــندما لاحظت أن المشاهد العربى يريد مصطلح شهيد وشهداء قامت بتغيير هذه المصطلحات ، وفى المقابل لم يتردد التليفزيون السورى - منذ بدء الحرب - فى وصف "عدوان" و "معتدين" على الحرب ، وانحاز إلى الجانب العراقى فى التغطية وتوضيح الصورة للمشاهد العربى[٥٠] .

وبذلـــك ، كشـــف تحليل توجهات تغطية الفضائيات العربية فى وصفها للحدث (الحرب على العـــراق) عـــن وجود تضارب فى توصيف الحرب وفق التوجه السياسى للبلد الذى يمتلك الوسيلة ، فالحرب لدى البعض كانت " غزو وعدوان غير قانونى " ، ولدى البعض الآخر " تحرير لشعب العراق " وبذلك افتقدت الفضائيات العربية الكثير من المصداقية والموضوعية عندما اختلفت فى توصيف الحرب .

وفى إطار التحليل الدلالى للمفردات المستخدمة والتى ركزت عليها الفضائيات العربية ذهبت بعض الدراسات إلى تأكيد استخدام الفضائيات العربية لإطار دلالى للمفردات يعكس الصورة الذهنية المطابقة للواقـــع . ممـــا يعنى عدم سعى هذه القنوات إلى تقديم صور ذهنية بعيدة عن الواقع ، ففى إطار تحليل الإطـــار الدلالى للمفردات التى استخدمتها "قناة الجزيرة" على سبيل المثال ، أشارت إحدى الدراسات إلى أن أكثر المفردات استخداما هى (أمريكا ، العراق ، صدام حسين ، بوش ، الأمم المتحدة ، النظم العربية ، المرأة العراقية ، كولن باول ، الشيعة) وفى الوقت الذى كان الإطار الدلالى الغالب لمفردات (العـــراق ، الشيعة ، المرأة العراقية ، الشعب العراقى) إيجابيا ، فقد كان الإطار الدلالى لبقية المفردات سلبيًّا – فى أغلب الأوقات – وهو ما يؤكد – طبقا لهذه الدراسة – سعى القناة إلى نقل الصورة الذهنية لهذه المفردات كما هى فى الواقع دون تحيز أو تلوين(٥١) .

<u>بالنسبة للخطاب الإعلامي :</u>

كشف التحليل عن قدر كبير من المبالغة فى الخطاب الإعلامىالذى استخدمته الفضائيات العربية فى تغطية أحداث الحرب على العراق .

ففـــى وصـــف سير العمليات العسكرية ، لجأت الفضائيات التابعة للدول أو الجهات التى كانت تســـاند الموقـــف العراقى إلى الاستغراق فى الحديث عن القدرات العسكرية العراقية والصمود الكبير والمفاجـــآت الـــتى يعدها "صدام حسين" لقوات التحالف ، كما استعانت بالمؤتمرات الصحفية لوزير الإعلام العراقى التى كانت تتحدث عن إبادة الآلاف من قوات التحالف .

أمـــا الفضـــائيات العربية التى كانت تتبنى الاتجاه المقابل ، فقد ركزت على " الانهيار الكبير" فى القوات العراقية وعن قرب دخول بغداد ونهاية عصر " الطاغية العراقى " . وقد أدت هذه التناقضات إلى اضطراب الرأى العام العربى ، لا سيما ما أطلقته الفضائيات المؤيدة للموقف العراقى من تأكيدات عن القدرات العراقية الضخمة وعن الانتصارات المتتالية التى تحققها هذه القوات على "الغزاة" كما كانت تطلق على قوات التحالف . فقد تضخم هذا الخطاب إلى درجة توليد تطلعات – نابعة من أمانى لدى

قطاعـــات واسعة من الرأى العام العربى - بأن العراق سوف يكسب هذه الحرب ، وشارك فى تأكيد هـــذه الاســـتنتاجات وتغذية هذه التطلعات عدد من الخبراء العسكريين الذين استضافتهم الفضائيات المؤيدة للنظام العراقى لتحليل سير العمليات العسكرية ، والذين استخدموا بعض الأرقام والإحصاءات الـــتى أعطـــت مصداقية لتحليلاتهم العسكرية ، وساعدت هذه التحليلات على إحداث صدمة لدى المشاهد العربى بعد سقوط بغداد واستسلام القوات العراقية ومتابعة قسوة المشاهد اليومية للحياة داخل العراق ، التى لم يتح للفضائيات العربية تناولها فى ظل النظام العراقى السابق[٥٢] .

تقويم أداء الفضائيات العربية فى تغطيتها لأحداث الحرب على العراق :

فى إطـــار عرض تصنيف الاتجاهات المختلفة التى تناولت بالرصد والتحليل أداء الفضائيات العربية ومعالجـــتها الإخبارية لأحداث الحرب على العراق ، وفى إطار تحليل توجهات هذه المعالجة من حيث المفـــردات المستخدمة والأطر الدلالية والسياق الذى استخدمت فيه هذه المفردات بما يعكس توجهات الفضـــائيات العربـــية إزاء الأحـــداث والأطـــراف الفاعلة فيها ، يمكن وضع إطار تحليلى لتقويم أداء الفضائيات العربية يأخذ فى الاعتبار بعض الظواهر السياسية والإعلامية والثقافية والمهنية أيضا التى مثلت المناخ الذى مارست فى إطاره هذه الفضائيات مهمتها ووظيفتها الإعلامية فى تغطية الأحداث .

فقـــد أبرزت التغطية الإخبارية للفضائيات العربية عدة ظواهر تمثل إطارا لتقويم هذا الأداء ، ربما يـــأتى فى مقدمـــتها الإطار أو المناخ السياسى الذى مارست فيه الفضائيات العربية دورها فى التغطية الإخـــبارية لـــلحرب على العراق والذى تمتد جذوره وتأثيره إلى بداية أزمة الخليج ، حيث أدت حالة الانقســـام الـــرسمى والشعبى تجاه تداعيات الأزمة العراقية فى مطلع التسعينيات إلى بروز أهمية وسائل الإعلام كقناة من قنوات الاتصال السياسى والثقافى على المستوى العربى ، وكشفت الحرب عن أهمية الشـــارع السياسى العربى وأصبح من المهم بالنسبة إلى عديد من الحكومات العربية البحث عن وسائل لمخاطـــبة العـــرب عـــبر الحـــدود ، كان هذا العامل هو السبب الرئيسى فى تزايد عدد القنوات بدءا "بالفضائية المصرية " ثم مركز" تليفزيون الشرق الأوسط " حتى أصبحت الفضائيات العربية رمزا جديدا من رموز الدولة العربية .

وبذلـــك ، كانـــت دوافع انتشار الفضائيات العربية سياسية إلى حد بعيد ، الأمر الذى لا يضع حـــدودا فاصلة بين القنوات الحكومية والقنوات الخاصة ، ثم جاءت أوضاع حرب العراق مشابهة تماما للوضع من قبل (حرب الخليج الثانية) أى التباين الشديد بين المواقف الرسمية والشعبية مع فارق ملحوظ وهـــو أن الـــرأى العام العربى - الذى أرادت الحكومات العربية التأثير عليه عبر ما أنشأته من قنوات

فضــــائية – تحول إلى قوة مؤثرة فى تحديد سياسات تغطية الحرب ، فأصبح الجمهور هو الذى يفرض ضغطا كبيرا فى ضوء المنافسة الشديدة بين القنوات والمواقف العربية على السواء فلجأت الفضائيات إلى تقديم ما يرضى هذا الضغط الشعبى .

وثمة ظاهرة أخرى فى تقويم أداء الفضائيات العربية فى تغطية أحداث الحرب على العراق تتمثل فى الفــرق الكــبير بين عرض الخدمة وحجم المادة المتوفرة ، حيث سخرت الفضائيات العربية إمكاناتها المخــتلفة لــتوافير تغطية مستمرة على مدار الساعة لحدث جذب انتباه العالم كله ، لكن حجم المادة المــتوافرة كــان متواضع القيمة ؛ فالإعلام المكثف غير المسبوق قدم جانبا محدودا من الصورة ، فهذا الحشــد الإعلامــى لم يشهد أو ينقل شيئا ، فالمراسل لم يكن لديه معلومات فالثورة العاملة فى وسائل الإعــلام وهــذا الزخم غير المسبوق كما ونوعا لم يتح تقديم الصورة الحقيقية للحرب . كما تتمثل الظواهــر الأخرى فى مدى التزام الفضائيات العربية بمعايير المصداقية فى تغطيتها لأحداث الحرب على العراق من زاوية (الموضوعية والمهنية) .

بالنسبة للموضوعية :

تعتــبر الموضــوعية أحد أهم المعايير العالمية فى تقويم أداء وسائل الإعلام بوجه عام ، وإذا كانت الموضــوعية تنتمى للصحافة الإنجلوسكسونية عندما بدأها "وبستر" بالفصل بين مقالات الرأى و بين الأخبار فى القرن ١٩ إلا أنها أصبحت – لأسباب عديدة – معيارا عالميا يحظى بقدر عال من القبول ، بمعنى الفصل بين الرأى والحقيقة والحرص على النزاهة والدقة بهدف تأكيد مصداقية وسائل الإعلام[٥٣] ولكن هذا المفهوم تعرض للانهيار فى تغطية الحرب على العراق ، سواء من جانب الفضائيات العربية أم وســائل الإعلام الغالمية مع تباين واضح فى الأسباب الداعية إلى ذلك ، فالأزمة مع العراق منذ بدايتها كانــت مــثيرة للجدل والانقسام على الصعيدين : العربى والعالمى رسميا وشعبيا ، مما أوجد حالة من الاستقطاب فى أداء وسائل الإعلام تجاه الأزمة منذ بدايتها .

وفى العــالم العــربى كانت الموضوعية مفهوما غائبا لأسباب كثيرة بعضها سياسى وبعضها ثقافى والبعض الآخر مهنى ، فإذا كانت القيود المفروضة على وسائل الإعلام ترتبط غالبا بالتوجهات الرسمية ، فإن هذا الأمر قد اختلف فى تغطية أحداث الحرب على العراق ، حيث مثل الغضب الشعبى أحد القيود المهمة على موضوعية الفضائيات العربية فى تغطيتها للأحداث ، وكانت الاستجابة لمطلب الرأى العام العربى هو الخيار الأول لمعظم هذه الفضائيات مما أفقد تغطيتها الإخبارية عنصرى التوازن والموضوعية .

أمـــا العنصر الآخر المؤثر فى تقويم أداء الفضائيات العربية فى تغطيتها لأحداث الحرب على العراق فيـــتعلق بالمهنية فى أداء الفضائيات العربية، والذى شهد قفزات واسعة مع اندلاع أحداث الحرب على العراق ، حيث تطور شكل التغطية الإخبارية العربية وتضاءل الاعتماد على المصادر الخارجية وظهرت قوالب وفنون التحليل الإخبارى والتغطية الواسعة من المراسلين المتخصصين ، ولكن على الرغم من هذا التطور فى الكفاءة المهنية واجهت الفضائيات العربية مشكلتين من هذه الزاوية :

المشـــكلة الأولى : أن التغطـــية الإخبارية المتزامنة كانت فى كثير من الأحوال على دقة التقارير الإخبارية ، وهى وإن كانت مشكلة عالمية بعد ظهور البث الفضائى المباشر ، إلا أن الخبرات المهنية التى تراكمت لدى الفضائيات العربية لم تكن بالمستوى الذى يقلل من الأخطاء والتناقضات ، أو حتى تقديم تقارير حقيقية ، فوجود المراسلين على الهواء مباشرة من المدن العراقية وواشنطن و لندن فى وقت واحد لم يكن – كما يذهب البعض – سوى استثمار لقدرات تكنولوجية أكثر منه استثمارا للقدرات المهنية، فكـــان مـــن الواضح وجود إسراف فى استخدام البث المباشر دون أن يواكب ذلك مستويات مهنية ملاءمة لتغطية الحروب .

أما **المشكلة الثانية** : فتمثلت فى امتداد ساعات البث فى ظل القيود التى فرضت على المعلومات مما أدى إلى سيطرة مزيج من التحليلات و التفسيرات التى لا تستند إلى حقائق أو معلومات دقيقة ، وكان يغلـــب على كثير من هذه التحليلات استقطاب عواطف المشاهدين بتوجيه النقد إلى الولايات المتحدة الأمريكية وتجنب تأييد النظام العراقى ، كما سيطرت المنافسة الشديدة على أداء الفضائيات العربية مما جعل معيار النجاح فى التغطية هو الحصول على أكثر المشاهد دموية ودمارًا ، حيث علق البعض على ذلك "بأن الفضائيات العربية تحولت إلى خدمة حسب الطلب "[٥٤]. وبذلك تحول الإعلام العربى من غاية مشروعة وهى التعبئة والحشد فى الأزمات والأحداث القومية الكبرى إلى إثارة المشاعر والجنوح إلى العاطفة وإثارة الخيال العربى ودفعه إلى المزيد من الانفصال عن الواقع[٥٥] وقد عبر عن هذا الوضع أحد مســـئولى "قناة أبوظبى " الفضائية قائلا : "إننا كإعلاميين عرب وكقنوات تليفزيونية عربية بقطع النظر عـــن انتماءاتها وبغض النظر عن العاملين فيها ، دخلنا هذه التغطية بشىء من ذاتنا ، واعتبرناها تغطيتنا نحـــن وليست تغطية الآخرين ، وفى هذه الحالة فإن مفاهيم علمية وأكاديمية مثل الحيادية والموضوعية والشـــفافية ربما يكون من التجنى اعتمادها وإطلاقها على الإعلاميين العرب لأن جزءا منها فى النهاية ينهار مع الحرب، فيبدو أن المقاربة لفهم الحيادية والموضوعية تكون نسبية فى هذا الأمر"[٥٦] كما كانت

كثرة البرامج التحليلية التى لا تستند على حقائق أو معلومات دقيقة ، مؤشرا واضحا لعدم وجود مادة مصورة ، فغابت الصورة الفعلية للحرب .

أمـــا الإشـــكالية الأخرى فى تقويم أداء الفضائيات العربية فى تغطية أحداث الحرب على العراق فتتمـــثل فى عدم وجود سياسة إعلامية عربية واضحة للتعامل مع الأحداث تؤدى إلى وجود حالة من شـــبه الاتفـــاق على بعض الخطوط العريضة فى صياغة الأخبار ونقل الأحداث الكبرى وهى إشكالية بـــرزت من خلال تعامل الفضائيات العربية مع سقوط بغداد وتداعيات هذا الحدث ، فعلى الرغم من وجـــود أوجـــه تشابه كثيرة بين المحطات الفضائية العربية فى الصورة والمحتوى ، إلا أن عملية صياغة الأخبار قد اختلفت، فالبعض ركز على الفوضى ، وهناك من ركز على سقوط النظام والبعض الآخر ركز على عراق ما بعد صدام ، و لم تكن الاختلافات فى الأبعاد التى تم التركيز عليها فى التعامل مع هذا الحدث فحسب ، بل ظهر الاختلاف أيضا فى الاستنتاجات التى طرحت والدلالات التى قدمت لسقوط بغـــداد مما لم يعكس رؤية عربية موحدة تجاه حدث عربى لـــه دلالته الخاصة ، فجاءت التغطية متوترة ومتســـرعة فى جمـــيع المحطات التى لم تضع فى حساباتها وتقديراتها هذا الأمر ، بل كان هناك نوع من التشـــكيك فى ســـقوط العاصمة العراقية و نهاية الحرب . ففى الوقت الذى غيرت فيه " قناة العربية " عنوان التغطية الإعلامية من " حرب الخليج الثالثة" " إلى " نهاية حقبة " ظلت " قناة الجزيرة " تتشبث نوعـــا ما بفكرة أن الحرب لم تنته بعد ، وكانت تصر على أنه اليوم ٢١ من الحرب ، وهو ما يعكس غلبة المشاعر والجانب العاطفى على المعايير المهنية والموضوعية فى التغطية الإخبارية .. وهذا الأمر يعكس تحديـــا مهمًّا تواجهه الفضائيات العربية وهو الموازنة بين المتطلبات المهنية وإعطاء المشاهد رأيا ومعلومة حتى يتمكن من أن يستنتج ويحكم بنفسه على الأحداث .

وثمـــة ملاحظة أخرى فى تقويم أداء الفضائيات العربية فى تغطيتها لأحداث الحرب على العراق وهى إخفاق هذه الفضائيات فى أن تكون مرآة للحقيقة لدى المشاهد العربى ، على الرغم من تفوقها فى ســـرعة نقل الأحداث ، فلم تنقل الفضائيات العربية الأوضاع فى بغداد قبل الحرب فأصبحت الصورة غـــير واضحة عن أوضاع عراق ما قبل الحرب ، مما أوجد حالة من الإحباط لدى المشاهد العربى بعد سقوط العاصمة العراقية.

وتثير هذه القضية إشكالية أخرى تتعلق بظروف عمل وسائل الإعلام والتوازن الدقيق بين القيود الرقابية المفروضة عليها وبين ضرورات تقاليد المهنة ، مثل الاستمرار فى التغطية الإعلامية احتراما لحق

الجمهــور فى المعــرفة والاحــتفاظ بالقدرة التنافسية لهذه الوسائل ، فالقيود الرقابية قد جعلت بعض الفضائيات مثل "الجزيرة" تفكر فى التوقف عن التغطية، وأعلنت بالفعل أنها ستبث الصور دون تقارير، ثم عــادت وتراجعــت عن هذا الأمر بعد الإفراج عن مراسلها فى بغداد ، وهذا الأمر يعكس الوضع الإشكالى الذى تواجهه وسائل الإعلام فى تغطيتها لأحداث الحروب والأزمات ، بين قيود الرقابة وبين متطلبات العمل وضرورة الوفاء بحق الجمهور فى المعرفة وضرورات المنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى، وهى إشكالية لم تنعكس على أداء الفضائيات العربية فحسب ، بل عانى منها الإعلام الغربى كذلك .

فخلاصة الأمر : أن الإعلام العربى أو الغربى لم ينقل للجمهور حقائق الحرب ، وبدت الأحداث مجزأة وغير مفهومة رغم البث المكثف والحى على مدار اليوم ، والذى تنافست كل وسائل الإعلام على تقديمه ، حيث قدمت التغطية الإعلامية للحرب بعض جوانب الواقع فقط ، فلم تنجح بذلك فى تكوين رأى عام حقيقى تجاه الأحداث ، وهو الأمر الذى يتطلب معلومات صحيحة ونقاشًا عامًّا يعتمد على تدفق حر للمعلومات .

مراجع البحث

(١) حســـن عبد الغنى ، العراق بين الإعلام العربي والغربي : إشكالية الحرية والاستقلال ، ندوة أزمة الإعلام العربي ، القاهرة ، جمعية مصر للثقافة والحوار ، ٧ مارس ٢٠٠٤ .

(٢) محمد السعيد إدريس ، أثر وسائل الإعلام على الشارع العربي ، فى أزمة العراق والإعلام العربي، مرجع سابق .

(3) Patrick GILLADD, La Guerre idakienne de l'Information, WWW.Confidentiel.fristream.net 12 F2vrier 2003 .

(٤) ألفت حسن أغا ، دور الإعلام فى الحرب على العراق ، فى العدوان على العراق ، خريطة أزمة ومستقبل أمة ، تحرير حسن نافعة ، نادية محمود مصطفى ، القاهرة ، مركز البحوث والدراسات السياسية ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠٠٣ ، ص ٣١١

(٥) حسن عبد الغنى ، مرجع سابق

(٦) ندوة الإعلام والحرب ، نادى دبى للصحافة أبريل ٢٠٠٣ .

(٧) حنان يوسف ، تقييم أداء القنوات العربية لأزمة العراق ، دراسة مسحية ، فى ندوة أزمة العراق والإعلام العربي ، مرجع سابق .

(٨) محمد السعيد إدريس ، مرجع سابق .

(٩) ألفت أغا ، مرجع سابق ، ص ص ٣١٦-٣١٧ .

(١٠) ليونـــيد سيوكاينين ، الإعلام بين الولاء السياسى والمصداقية ، فى دور وسائل الإعلام فى العالم المعاصر ، مجلة الملف السياسى ، عدد ٦٢٥ .

(١١) رحـــيم مزيد ، قناة الجزيرة وصـــراع الفضائيات ، القاهرة ، الدار الدولية للاستثمارات الثقـــافية ، ٢٠٠٣ ، ص ٣٩ .

(١٢) رســـلان أحمد فؤاد ، نظرية الصراع الدولى : دراسة فى تطور الأسرة الدولية المعاصرة ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٦، ص ص ٤١-٤٢ .

(١٣) محمـــود عبد الفتاح عبد الحميد ، دور وسائل الإعلام كأداة فى الصراع : دراسة تطبيقية على حرب الخليج ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ، كلية الإعلام / جامعة القاهرة ،١٩٩٧، ص ٧٧ .

(١٤) عـــباس العمـــارى ، ادارة الصراع فى عالم متغير ، القاهرة ، مركز الأهرام للترجمة والنشر ، مؤسسة الأهرام ، ١٩٩٣ ، ص ١٣ .

(15)Yaacov, Bar Simontov, The Arab Israeli Conflict : learning Conflict Resolution, Journal of Peace Research , vol 31, no 1, 1994 ,pp 78-79

(١٦) محمد سعد أبو عامود ، الإعلام والساسة فى عالم متغير ، سلسلة بحوث سياسية (٨٢)، القاهرة ، مركز البحوث و الدراسات السياسية ، يوليو، ١٩٩٤، ص ١٧ .

(17)M.FERO, L`Information en Uniforme , Paris, Ramsy , 1991, p124

(١٨) أحمد يوسف أحمد ، الصراعات العربية العربية (١٩٤٥-١٩٨١) دراسة استطلاعية ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، يناير ١٩٨٨ ، ص ص ١٨٩-١٩٠ .

(١٩) إيمان نعمان جمعة ، معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية ، (مرحلة ما قبل الحرب) دراسة تحليلية لأخلاقيات الممارسة الإعلامية ، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ، المؤتمر العلمى السنوى التاسع (الجزء الأول) كلية الإعلام / جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣ .

(٢٠) عصـــام زكريا ، لماذا ضاعت الحقيقة على الشاشات الأجنبية ، حرب التليفزيونات ، مجلة صباح الخير بتاريخ ٢٠٠٣/٤/١٥ .

(٢١) الفضـــائيات العربـــية و تغطية الحرب على العراق ، حلقة نقـــاشية ، الشارقة ، الجامعة الأمريكية ،٣٠ ابريل ٢٠٠٣ ، المستقبل العربى ، عدد ٢٩٥ ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية سبتمبر ٢٠٠٣ ص ١١٩ .

(٢٢) طارق الحميد ، قناة أبو ظبى على خط النار ، جريدة الشرق الأوسط بتاريخ ٢٠٠٣/٣/٢٢ .

(٢٣) جريدة القدس العربى ، ٢٠٠٣/٤/٤ .

(٢٤) كيف ينظر الإعلاميون إلى الحـــرب الأمريكية على العراق ، موقع جريدة الوطـــن بتاريخ ٢٠٠٣/٣/٢٣ .

(٢٥) ألفت أغا ، مرجع سابق ، ص ٣١٦ .

(٢٦) المرجع السابق ، ص ٣١١ .

(٢٧) عصام زكريا ، مرجع سابق .

(٢٨) مجلة النيوزويك بتاريخ ٣٠ أكتوبر ٢٠٠١ .

(٢٩) فرنك ايرفية وآخرون ، الفضاء العربى الفضائيات و الإنترنت والإعلان والنشر ترجمة فردريك معتوق ، الطبعة الأولى ، دمشق دار قدمس ، ٢٠٠٣ .

(٣٠) حمـــدى حســـن ، الحرب فى الفضائيات العربية ، ملف الأهرام الإستراتيجى ، العدد ١٠٠ ، القاهرة ، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية ، موسسة الأهرام، ابريل ٢٠٠٣ ، ص ٣٧ .

(٣١) أحمـــد عبدالله ، المعركة النفسية فى حرب العراق ، فى العدوان على العراق: خريطة أزمة ومستقبل أمة ، مرجع سابق ، ص ٣٢٦ .

(٣٢) أحمد الربعى ، فضائيات أحمد سعيد ، جريدة الشرق الأوسط بتاريخ ٢٠٠٣/٣/٢٦ .

(٣٣) حمدى حسن ، مرجع سابق ، ص ٣٧ .

(٣٤) أنس زاهد ، متى نفيق ؟ جريدة الحياة بتاريخ ٢٠٠٣/٤/٣ .

(٣٥) حمدى حسن ، مرجع سابق ، ص ٣٨ .

(٣٦) إبراهيم العريس ، فضائيات من حول حرب "لم تقع" ، جريدة الحياة بتاريخ ٢٠٠٣/٤/١٨ .

(٣٧) أحمد الربعى ، مرجع سابق .

(٣٨) علا رجب ، إدارة العمليات النفسية فى حـــرب العراق ، ملف الأهـــرام الإستراتيجى ، عدد ١٠٠ ، مرجع سابق ، ص ٤٥ .

(٣٩) توفـــيق رباحى ، فضائيات، جيروم يتغلب على الصحافيين الأمريكيين والجزيرة تقود الإعلام المضاد ، جريدة القدس العربى بتاريخ ٢٠٠٣/٣/٢٥ .

(٤٠) علا رجب ، مرجع سابق ، ص ص ٤٥-٤٦ .

(٤١) ألفت أغا ، مرجع سابق ، ص ص ٣١٨-٣٢١ .

(٤٢) الفضائيات العربية وتغطية الحرب ، مرجع سابق ص ١١٨ .

(٤٣) ســـيد على ، المصداقية الغائبة فى الحرب الإعلامية ، الأهرام بتاريخ ٢٠٠٣/٣/٢٦ .

(٤٤) عماد جاد ، أداء الإعلام العربى وما أثاره من قضايا ، ندوة أزمة العراق والإعلام العربى ، مرجع سابق .

(٤٥) كيف ينظر الإعلاميون إلى النقل المباشر للحرب الأمريكية على العراق ، مرجع سابق .

(٤٦) عواطف عبد الرحمن ، العراق : الحرب الإعلامية آلياتها وتداعياتها وضحاياها، مجلة الدراسات الإعلامية ، عدد ١١٣ ، القاهـــرة ، المركـــز العـــربى الإقليمى للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، أكتوبر - ديسمبر ، ٢٠٠٣، ص ص ٥٦-٥٧.

(٤٧) يحى شقير ، التضليل الإعلامى فى العدوان على العراق، المشرق الإعلامى بتاريخ ٢٠٠٣/٥/١٧ .

(٤٨) الحبيـــب الغريبى ، الإعلام العـــربى المرئى فى ظل الأحداث الكبرى ، فى الفضائيات العربية والحـــرب على العراق ، المستقبل العربى ، مرجع سابق ، ص ١٢٩ .

(٤٩) عماد جاد ، مرجع سابق .

(٥٠) جميل النمرى ، إعلان الحرب على العراق ، المشرق الإعلامى ، مرجع سابق .

(٥١) إيمان نعمان جمعة ، مرجع سابق .

(٥٢) محمد الأسعد ، CNN والجزيرة ، كيف تقرأ .. لا ماذا تقرأ فقط ، القبس بتاريخ ٢٠٠٣/٣/٢٨

(٥٣) حمدى حسن ، مرجع سابق ، ص ٣٧ .

(٥٤) المرجع السابق ص ٣٩ .

(٥٥) سعد الدين إبراهيم الإعلام العربى وعلم النكبات بدءا من المرحلة الشعبوية ، الحياة بتاريخ ٢٠٠٤/٣/٣٠ .

(٥٦) كيف تعاملت الفضائيات العربية مع الحرب ، موقع صوت العراق بتاريخ ٢٠٠٣/٤/١٥ .

اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات

د. أحمد فاروق رضوان(*)

مقـــدمة :

اهتم عديـــد مـــن المحطـــات التليفزيونية : الفضائية والأرضية بتقديم خدمات إخبارية فورية للمشـــاهدين ، من خلال عرض شريط ملون متحرك أسفل الشـــاشة ، يتضمن أهم الأنبـــاء الواردة لـــلمحطات فى المجالات السياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها، إضافة إلى أحوال الطقس ودرجات الحرارة. وتمثل هذه الخدمة الإخبارية إضافة إلى الخدمات الإخبارية الأخرى التى تقدمها هذه المحطات ، ومنها : نشرات الأخبار المفصلة، موجز الأخبار، أهم الأنباء واللقطات المصورة للأحداث دون تعليق .

ويـــأتى الاهـــتمام بـــتطوير المحطات الفضائية والأرضية لخدماتها الإخبارية فى إطار التنافس على اجـــتذاب الجمهور الذى يستخدم وسائل الإعلام، كأحد مصادر إشباع حاجاته واهتماماته المعرفية . ولذلـــك ، تحرص هذه المحطات على تقديم المضمون الإخبارى بصورة تتسم بالعمق والسرعة والمتابعة المستمرة للحدث ، إضافة إلى العمل على تطوير قدراتها فى الحصول على الأخبار ، كما أنها تحرص على تقديم هذه الأخبار لجمهورها بالصورة التى تجعله متابعاً للأحداث وملمًّا بها. ولكى تطور المحطات من قدراتهـــا على إشباع حاجات الجمهور وتلبية احتياجاته من التعرض ، حرص بعضها على تعرف تقييم الجمهور لخدماتها المختلفة بهدف العمل على تطوير الأداء [1].

الإطار النظرى للدراسة :

تـــتخذ الدراســـة من مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً نظريًّا، حيث هدف عديد من الدراسات التى اتخذت من الاعتماد مدخلاً لها على الخروج بالنظرية من دائرة التطبيق فى ظروف التوتر والغمـــوض والكوارث إلى دائرة التطبيق فى مجالات الحياة المختلفة، حيث أصبحت وسائل الإعلام من

(*) مدرس قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة حلوان .

أهـــم المصادر اللازمة لتوفير المعلومات الخاصة باتخاذ القرارات المرتبطة بحياة الفرد واهتماماته السياسية والترفيهية والتسويقية والاجتماعية وغيرها[٢] .

ويتـــناول الباحث فيما يلى طبيعة تعرض الجمهور للخدمات الإخبارية ، إضافة إلى عرض لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

أولا: طبيعة تعرض الجمهور للخدمات الإخبارية

تمـــثل الخدمات الإخبارية أحد وسائل نقل المعلومات إلى جمهور وسائل الإعلام الذى يتعرض لها ويقـــيم مضـــمولها من خلال معارفه وخبراته ومعلوماته السابقة. وتقدم هذه الخدمات إطاراً مرجعيًّا ومعلوماتـــيًّا للأحـــداث يساهم فى تدعيم وتوثيق معلومات الجمهور ، إلى جانب مساعدته على إيجاد ارتباط بين الأحداث الحالية والسابقة. وهو ما يؤدى إلى تدعيم علاقة الفرد بالأحداث المختلفة وتدعيم ارتـــباطه بالمجـــتمع ، وكذلـــك تدعيم هويته وتكريس مفهوم المواطنة لديه ، وإحاطته علماً بالأنشطة السياســـية القائمـــة فى المجتمع وتدعيم مشاركته فيها ، كما أنها تساعد على فهم ما يحدث فى العالم الخارجى من أحداث ووقائع[٣].

ومـــع تزايد وسائل الإعلام ومنها محطات التليفزيون الفضائية، تزايدت المواد الإخبارية المقدمة، وحرصت هذه المحطات على تقديم تغطيات إخبارية للأحداث والوقائع المختلفة فى أنحاء العالم. ونتيجة لذلـــك ، تعددت الرؤى ووجهات النظر إضافة إلى تدويل الخبر ونشره فى أنحاء العالم ، وتقديم بعض القنوات الإخبارية لخدماتها على مدار الأربع والعشرين ساعة[٤].

ويعد التعرض للأخبار إحدى العادات الاتصالية للجمهور، وهى عادة يمارسها يوميًّا فى كثير من الأحـــيان ؛ بهـــدف فهم البيئة المحيطة به أو للتغلب على القلق والتوتر أو التهديد الناجم عن ضغوط وتوترات الحياة، كما أنه يبحث خلالها عن الأمان وتقليل الشعور بالخطر والإحساس بالراحة[٥] .

ويـــتعرض الجمهور للأخبار بهدف الاستخدام العام أو الاستخدام المتخصص من خلال التعرض لمضامين إخبارية محددة. كما أنه قد يتعرض لها فى كل الأوقات أو يتعرض لها فى أوقات محددة. وتعمل وسائل الإعلام على توفير التغطية الإخبارية للأحداث بسرعة وفورية، كما أنها تحرص على أن تصاحب الصـــورة الحدث وتقديم تفاصيل وتحليلات ، وقد يحدث بسبب الحرص على السرعة أن تفقد محطات التليفزيون أو أية وسيلة إعلام الدقة فى نقل الحدث وتغييب التفصيلات ، ويجد الجمهور نفسه مشاهداً للخبر نفسه فى أكثر من محطة وبالوقت نفسه وبالمعلومات نفسها [٦] .

وبسبب أن الأخبار تقدم للجمهور معلومات خارج نطاق خبرته المباشرة ، تزداد أهميتها ، إلا أن المشـــكلة تكمـــن فى قيام بعض وسائل الإعلام بتلوين الأحداث وفقاً لوجهة نظرها أو نقل الأحداث وتجاهل أخرى ، أو التركيز على أجزاء محددة من الوقائع وتجاهل أخرى[٧].

وقد أصبحت محطات التليفزيون خاصة بعد انتشار الفضائيات من الوسائل المهمة التى يحصل من خلالهـــا الجمهـــور على معلوماته . وبعد أن كانت الدراسات تؤكد تفوق الصحف كوسيلة إخبارية ومعلوماتية على التليفزيون، أكدت دراسات أحدث أن التليفزيون أصبح بدوره وسيلة مهمة تفوق أهمية الصحف لدى بعض الفئات ومنها الشباب صغير السن[٨] .

وكلما حرصـــت الوسيلة على الدقة والموضوعية فى نقل الأخبار دون تشويه زادت ثقة الجمهور بهـــا . وهـــى إشكالية تواجه محطات التليفزيون التى تقدم فى كثير من الأحيـــان الأحداث على الهواء مباشرة ، وهو ما لا يسمح للمراسل الإخبارى فى أحيان كثيرة التدقيق فى الخبر أو تعرف تفصيلاته، كما أنه قد يصدر أحكامًا خاطئة أو تعليقات غير ملائمة تضر بمصداقية المحطة[٩].

والجمهور يتعرض للأخبار لتحقيق عدد من الأهداف ، من أهمها : تعرف معلومات معينة فى أمور تهمه ، والتفاعل مع الأحـــداث أو التعرف والســـيطرة الاجتماعية ، واستخدامها كمصـــدر للتسلية والاسترخاء[١٠].

وعـــندما تزداد أهمية الخبر للفرد يعمل على تعرف تفصيلاته، كما أن الخبر المتصف بالغموض أو الـــذى يحمل توتراً يزيد من رغبة الفرد فى التدقيق فيه. [١١] كما أن الأخبار تقدم للجمهور معلومات تمكنهم من إجراء الحوار فيما بينهم حولها [١٢].

ووفقـــاً لمفاهـــيم الـــتعرض الانتقائى للمضمون، فإن أفراد الجمهور ينتقون المادة الإخبارية التى يتعرضون لها ويتأثرون فى ذلك الاختيار باتجاهاتهم واهتماماتهم ومعتقداتهم وقيمهم ، ويتأثر ذلك الانتقاء أيضاً بطبيعة الخبر ومدى أهميته[١٣].

وتهـــدف وســـائل الإعلام ومنها محطات التليفزيون إلى جذب المشاهد والاحتفاظ به حتى يظل مـــتابعاً لـــبرامجها على مدار اليوم ، ولذلك تعمل هذه المحطات على تقديم نوعيات مختلفة من البرامج والمضامين تتفق مع حاجات ورغبات الجمهور المشاهد[١٤].

ولذلـــك يجـــب أن تحـــرص محطات التليفزيون دائماً على دراسة حاجات ورغبات وتفضيلات جمهورهـــا لـــتقديم المضمون المتوافق مع خصائصه ، وبما يؤدى إلى ارتفاع نسب المشاهدة ، وبالتالى ارتفاع نسب الإقبال على المحطة كوسيلة إعلانية[١٥].

وتعتمد المحطة فى ذلك على عدة أساليب تتحدد فيما يلي :

- دراسة الجمهور وتعرف رغباته ، وتقييمه للمضمون المقدم له .
- التوجه بالسوق وتطويرمفاهيم تقسيم الجمهور إلى فئات محددة الصفات ، وتقديم ما يتلاءم مع طبيعة كل فئة.
- التوجه بالبيع من خلال ترويج المحطة لدى المعلنين[١٦].

ومن خلال التوجه السابق تهتم محطات التليفزيون بتطوير خدماتها الإخبارية، إلا أنها أحياناً تضطر إلى تسطيح المضمون الإخبارى لاجتذاب أكبر عدد من المشاهدين[١٧].

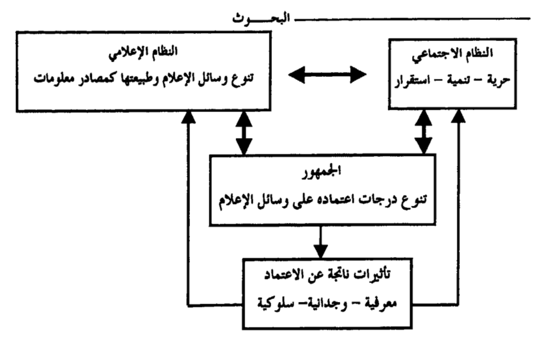
وبعيداً عن هذا التسطيح يحرص عديد من محطات التليفزيون على تقديم المضمون الإخبارى المتميز من خلال تطوير قدرات وإمكانات التغطية الإخبارية ورفع كفاءة مراسلى ومقدمى الأخبار ، وتقديم أنواع متعددة من الأخبار خلال أوقات متعددة أيضاً على مدار ساعات الإرسال. ويطلق على ذلك : تميز التغطية والتقديم وتقسيم أنواع الأخبار وأوقات تقديمها[١٨].

ثانيا: مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام

تعـــرف علاقـــة الاعـــتماد بأنها : العلاقة التى يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة ، وتعمل وسائل الإعلام على تحقيق ثلاثة أهداف ، هى: جمع المعلومات وتنسيقها ونشرها. ويعتمد الغرض الأساسى لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بـــين وســـائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة به ، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وعلى الأفراد[١٩].

واهتمت الدراسات التى تناولت نظرية الاعتماد بعلاقة الجمهور بوسائل الإعلام وتأثير هذه العلاقة على العلاقات التفاعلية بين الأفراد ، وكذلك على طبيعة قرارات الفرد التى يتخذها بناء على اعتماده على هذه الوسائل[٢٠].

ويوضح الشكل التالى طبيعة العـــلاقة القائمة بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور[٢١].



شكل (١) : طبيعة العلاقة القائمة بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور .

وتــتفاعل وسائل الإعلام مع نظم المجتمع القائمة، كما أن دورها تزداد أهميته فى أوقات الغموض والتوتر ، وكذلك أوقات التغير الاجتماعى حيث تقوم بدور فى تقليل هذا التوتر ومساندة آليات التغير الاجتماعي(٢٢).

وتحــدد نظرية الاعتماد طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام ، فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية ، قامت الوسائل بدور مؤثر فى حياة الفرد النفسية والاجتماعية وبالتالى يــزداد تأثيرها وتعمل النظرية على تعرف دور الوسائل فى عملية التنشئة الاجتماعية للفرد ، وكذلك دورها فى أوقات التغير والأزمات(٢٣).

وتعتــبر عملــية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أعقد من مجرد التعرض للوسيلة. فالتعرض قد يحــدث على سبيل الصدفة أو لمجرد وجود عادة اتصالية ، دون أن تعتبر الوسيلة مصدراً للمعلومات ومرجعاً لاتخاذ القرارات (٢٤).

وتكمن قوة وسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد فى سيطرة وسائل الإعلام على مصادر المعلومات الــتى يحقق من خلالها الفرد أهدافه الرئيسية ، وهذه الأهداف يمكن أن تتسع وتتزايد كلما زاد المجتمع تعقيداً(٢٥).

وتتأثر عملية الاعتماد بعدة عوامل ، تتحدد فيما يلي :

- طبيعة الجمهور وأهدافه من الاعتماد .
- طبيعة المجتمع ومدى توافر مصادر المعلومات .
- طبيعة وتنوع وسائل الإعلام .
- طبيعة الوقت أو الظروف التي يمر بها الفرد أو المجتمع .
- طبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام[٢٦].

هذا .. إضافة إلى مجموعة من العوامل الأخرى ، هي :

- تنوع وسائل الإعلام من حيث النوع والفئة .
- مدى انتباه الجمهور لمضمون الوسيلة .
- تأثير علاقات الاتصال الشخصى .
- تأثير الظروف والعوامل الاجتماعية .
- طبيعة المضمون الإعلامى من حيث المحتوى والشكل[٢٧] .

ويعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام لتحقيق عدة أهداف تتحدد فيما يلى :

١- الفهم وينقسم إلى :

- الفهم الذاتى : ويعنى فهم الفرد للقيم والمعايير والمعتقدات الاجتماعية ، التى تساهم فى تشكيل خبرته الشخصية.
- الفهم الاجتماعى : ويعـــنى فهم الفرد لوظـــائف المجتمع الذى يعيش فيه ، وتعـــرف مؤسساته المختلفة.

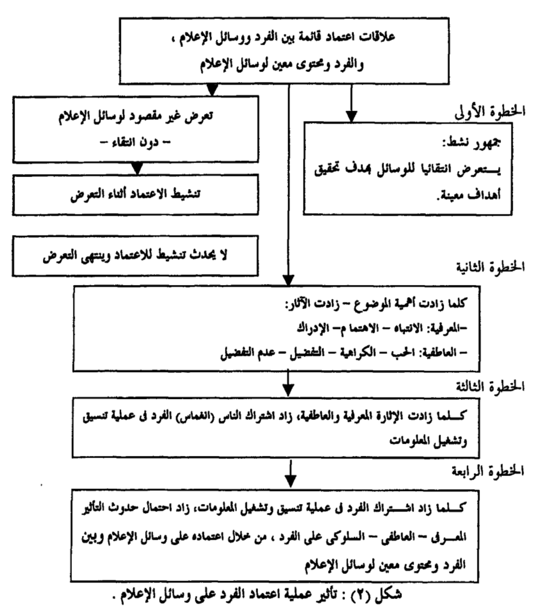
٢- التوجيه وينقسم إلى :

- التوجيه السلوكى: ويعنى اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة بتوجيه سلوكى من المجتمع لاتخاذ السلوك الملائم لتوقعات وقيم المجتمع.
- التوجيه التفاعلى: ويعنى اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة باكتساب مهارات الحوار والتفاعل مع أفراد ومؤسسات المجتمع .

٣- التسلية وتنقسم إلى :

- التسلية المنعزلة : وتعنى رغبة الفرد فى الترفيه والراحة والهدوء، والبعد عن ضغوط الحياة اليومية .
- التســـلية الاجتماعية : وتعنى رغبة الفرد فى الترفيه ، من خلال تفاعله مع الآخرين[٢٨] .

ويقدم النموذج التالى تفسيرًا لطبيعة علاقة الاعتماد بين الفرد ووسائل الإعلام والآثار المترتبة عن هذا الاعتماد [٢٩].



شكل (٢) : تأثير عملية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام .

وتـــتأثر أسباب اعتماد الفرد على وسائل الإعلام بخبرته السابقة مع الوسيلة ؛ حيث يكون الفرد علاقة الاعتماد على الوسيلة التى يشعر أنها توفر له المعلومات التى يريدها[٣٠].

كمـــا تتأثر عملية الاعتماد باستخدام الفرد لوسائل الإعلام ، وهذا الاستخدام يتم تقسيمه إلى استخدام عام للوسيلة General Media Use حيث يتم التعرض لكافة المضامين ، وهناك الاستخدام المركز للوسيلة Focused Media Use ويعنى تعرض الفرد لمضمون محدد فى الوسيلة[٣١].

ويؤدى الاعتماد على وســـائل الإعلام ، إلى حصـــول الفرد على المعلومات التى تفســـر الوقائع من حـــوله ، وتساعده على تفهـــم الأزمات والتفاعل معها وأســـاليب مواجهتها ، كما يتمكن من اكتساب القيم والمعايير القائمة فى المجتمع وتغيير أو تعديل أو اكتساب آراء واتجاهات خاصة بالمواقف المحيطة به[٣٢].

وينتج عن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام مجموعة من التأثيرات، تصنف فى ثلاث فئات أساسية، هى :

١ – إزالة الغموض (أو إيجاده) :

يحدث الغموض فى المجتمع نتيجة لعدة أسباب ، منها :

- **الأزمات** : فالأزمات تجعل الجمهور يتعرض بصورة أكبر لوسائل الإعلام ؛ لرغبة أفراده فى الحصول على مزيد من المعلومات تجاه الأزمة أو الخطر الناتج أو المتوقع حدوثه نتيجة للأزمة .
- **الكوارث** : وتحدث الكوارث نتيجة ظروف طبيعية غير متوقعة تفاجئ المجتمعات، كما تحدث نتيجة بعض الحوادث غير المتوقعة فى المجتمع ، مثل : أعمال العنف والإرهاب والاغتيال .
- **التغير الاجتماعى** : يحدث أيضاً الغموض نتيجة للتغيرات الحادثة فى المجتمع، خاصة المجتمعات التى تشهد عمليات تنمية سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

٢– تشكيل الاتجاهات :

يستخدم الأفراد معلومات وسائل الإعلام فى تشكيل الاتجاهات نحو القضايا المثارة فى المجتمع، وقد حدث ذلك كثيراً بأن ساهمت وسائل الإعلام فى تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا ، مثل : مشكلات البيـــئة ، وأزمـــات الطاقة، والفساد السياسي، والدعاية لرموز سياسية جديدة، وقادة الدين، والعلماء والرياضيين، ونشر المبتكرات، وتنظيم الأسرة .

٣- ترتيب الأولويات :

تلعب وسائل الإعلام دورها فى ترتيب أولويات الجمهور الذى يعتمد على تلك الوسائل فى معرفة القضايا البارزة، والمشكلات الملحة من بين عديد من القضايا والموضوعات المطروحة فى المجتمع.

٤- اتساع المعتقدات :

تساهم وسائل الإعلام فى توسيع المعتقدات التى يدركها أفراد الجمهور ؛ لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام. ويتم تنظيم هذه المعتقدات فى فئات تنتمى إلى : الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

٥- التأثير فى القيم :

القيم هى مجموعة المعتقدات التى يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون فى ترويجها والحفاظ عليها ، مثل : الأمانة – الحرية – المساواة – التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير فى توضيح أهمية القيم.

ثانيًا : التأثيرات الوجدانية :

تتضمن التأثيرات الوجدانية ما يلى :

١- الفتور العاطفى :

يفترض أن كثرة التعرض للعنف فى وسائل الإعلام تؤدى إلى الشعور بالتبلد أو اللامبالاة، وعدم الرغبة فى تقديم العون للآخرين ، حين تقع أحداث عنيفة فى الواقع الحقيقي. إلا إنه ليس من الضرورى أن تـــودى كثرة التعرض للعنف فى وسائل الإعلام إلى الشعور باللامبالاة، فربما يؤدى تعرض الأفراد لمشاهد العنف إلى إثارة الدافع لديهم لاتخاذ مواقف ضد أسباب أو ممارسى العنف.

٢- الخوف والقلق :

عـــندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاغتيالات، فإنها تثير مشاعر الخوف والقلق لدى المتلقين، والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف فى الواقع. إلا إنه قد يؤدى أيضاً إلى تقليل مشاعر الخوف والقلق من نتائج هذه الأخطار والكوارث وتداعياتها على الفرد والمجتمع ، من خلال المعلومات التى تقدمها الوسائل عن كيفية مواجهة هذه الأخطار والتعامل معها وتجنبها مستقبلاً.

٣- الدعم المعنوى والاغتراب :

مـــن بـــين الـــتأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام : رفع الروح المعنوية لدى المواطنين ، أو تزايد شـــعورهم بالاغـــتراب. فالمجتمعات التى تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية، ترفع الروح

المعـــنوية لـــدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعى والتوحيد والاندماج ؛ خاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التى ينتمى إليها الفرد. ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات وسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.

ثالثاً : التأثيرات السلوكية :

وتتضمن هذه التأثيرات ما يلى :

١- التنشيـــط :

ويعنى قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، فالمعلومات التى يحصل عليها الفرد من وســائل الإعــلام (وكنتيجة للتأثيرات المعرفية والوجدانية) تدفعه لاتخاذ مواقف وسلوكيات معينة فى مجـــالات الحياة المختلفة ، ولكن قد يصبح التنشيط الناتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام سلبيًّا ، فى حالة اتخاذ الفرد لسلوكيات ضارة بالآخرين والمجتمع كالمشاركة فى أعمال العنف والجرائم وغيرها.

٢- الخمــــول :

ويعنى عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وقد يتمثل الخمول فى العزوف عن المشاركة السياسية، وعــدم الإدلاء بالتصويت الانتخابى ، وعدم المشاركة فى الأنشطة التى تفيد المجتمع، وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل ، ويرجع (خمول) الفرد وعدم مشاركته السياسية أو الاجتماعية كنتيجة للاعتماد على وسائل الإعلام إلى الأسباب التالية :

- طبيعة التغطية الإعلامية للأحداث ، والتى تؤدى أحياناً إلى الرتابة والملل.
- المضمون الذى يتعرض له الفرد ومدى مصداقية الوسيلة التى تقدمه ، وثقة الفرد فى هذا المضمون.
- اخـــتلاف الوســـائل التى يتعرض لها الفرد، قد تؤدى وسيلة معينة إلى تنشيط سلوك الفرد ، وتؤدى وسيلة أخرى لخموله.
- اخـــتلاف أهـــداف الأفراد من التعرض لوسائل الإعلام، فكلما كان تعرض الفرد مقصودًا للوسيلة وللمضـــمون زادت إمكانـــة حدوث التنشيط، فى حين أن الخمول يظهر كنتيجة (غالباً) فى حالة التعرض العام وغير المقصود[٣٣] .

كما يمكن النظر إلى التأثيرات السابقة على أنها وظائف ، تقوم بها وسائل الإعلام فى حالة اعتماد أفراد الجمهور عليها [٣٤].

وتنقســـم مداخل دراسة الاعتماد إلى مدخلين : الأول يتعلق بالنطاق العام Macro ويهتم بعلاقة وســـائل الإعلام بمؤسسات ونظم المجتمع ، وكذلك طبيعة العلاقة بين الوســـيلة وأطـــراف فى عملية الاتصال مثل المعلنين ، وهو مدخل عرف باسم Media System Dependency المدخل الآخر خاص Micro ويهـــتم بعلاقة الفرد بالوسيلة الإعلامية ودورها فى التأثير على اتجاهات ومعتقدات الجمهور وأســـباب الاعـــتماد عـــلى هـــذه الوســـائل ، وعرف هذا المدخل باسم Media Information Dependency Theory[٣٥].

ومع تطور وسائل الإعلام وازديادها وتنوعها وتطورها تكنولوجيا ، تحتاج علاقة اعتماد الجمهور على هذه الوسائل إلى مزيد من الدراسات والاختبارات[٣٦] .

ولذلك تهتم دراسات المشاهدين بتعرف آثار التعرض للبرامج التليفزيونية المختلفة واكتشاف آراء وملامح تقييم المشاهدين لهذه البرامج ؛ بهدف العمل على تطوير الأداء البرامجى ودفع المشاهد لاستمرار المشاهدة والتعرض المنتظم[٣٧] .

وتعـــد الأخـــبار من المضامين المهمة التى يعتمد عليها الفرد للحصول على المعرفة ، ومن خلالها يـــتمكن الفرد من تقييم الأحداث وتفعيل قدرته على الحوار مع الآخرين بشأنها. كما أن الفرد يزداد تعرضـــه للمضامين الإخبارية الخاصة بوقائع وأحداث يهتم بها ، ولديه معلومات عنها بهدف متابعتها وتعرفها بصورة أعمق. [٣٨]

ومع تعدد الخدمات الإخبارية المقدمة للفرد، تقوم محطات التليفزيون بتقديم أخبار صباحية تتسم بالسرعة والإيجاز ؛ حيث إنها تقدم إلى جمهور يستعد للذهاب إلى العمل أو بدأ عمله بالفعل، وفى المساء تقـــدم الأخبار بصورة أكثر عمقاً وتحليلاً ؛ لتتناسب مع طبيعة الوقت واستعداد أفراد الجمهور لتلقى مزيد من التحليلات والآراء [٣٩].

مشكلة الدراسة :

تـــتحدد مشـــكلة الدراسة فى تعرف درجة اعتماد الجمهور على شريط الأخبار كأحد أشكال الخدمـــات الإخبارية ، التى تقدمها محطات التليفزيون الأرضية والفضائية كمصدر لتعرف أهم الأنباء والمعلومات، إضافة إلى تعرف مدى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد خاصة المرتبطة بسرعة متابعة الجمهور للأحداث ، وزيادة اهتمامه بتعرف تفاصيلها، وتأثير هذا الاعتماد على تفضيل الجمهور لقنوات معينة يحرص على متابعتها.

أهداف الدراسة :

١- تعرف مدى اهتمام الجمهور بالتعرض للخدمات الإخبارية المقدمة من القنوات الفضائية والأرضية المختلفة.

٢- تعرف مدى اهتمام الجمهور بالتعرض لشريط الأنباء فى القنوات المختلفة.

٣- تعرف مدى قوة اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

٤- تعرف أسباب اعتماد الجمهور على شريط الأنباء.

٥- تعرف أهم القنوات التى يفضل الجمهور التعرض لشريط الأنباء من خلالها.

٦- تعرف تأثير التعرض لشريط الأخبار على التعرض للخدمات الإخبارية الأخرى المقدمة من القناة نفسها ، والمقدمة من القنوات الأخرى.

٧- تعرف العوامل المؤثرة فى اعتماد الجمهور على شريط الأنباء.

٨- تعرف مدى تحقق الآثار المعرفية والاتجاهية والسلوكية للاعتماد على شريط الأنباء.

فروض الدراسة :

الفرض الأول :

توجـــد علاقـــة دالة إحصائيًا بين المتغيرات الديموجرافية : (النوع - السن - التعليم- الوظيفة - المستوى الاجتماعى الاقتصادى) ، والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

الفرض الثانى :

توجـــد علاقة ارتباطية بين مدى الاعتماد على شريط الأنباء ، وتأثير ذلك الاعتماد على متابعة الخدمـــات الإخـــبارية المفصـــلة بالقناة نفسها وكذلك بالقنوات الأخرى ، وعلى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

بمعنى أنه :

كلما زادت شدة الاعتماد ، زاد الحرص على متابعة الخدمات الإخبارية بالقناة نفسها .

كلما زادت شدة الاعتماد، زاد الحرص على متابعة الخدمات الإخبارية بالقنوات الأخرى

كلما زادت شدة الاعتماد تحققت الآثار .

الفرض الثالث :

تؤثر متغيرات (النوع-العمر- التعليم- الوظيفة، المستوى الاجتماعى الاقتصادى - مدى الاعتماد على شريط الأنباء) على تحقق الآثار المعرفية والاتجاهية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد.

تصميم الدراسة :

المنهـــج :

تعـــتمد الدراسة على منهج المسح ، والذى يستخدم لدراسة أفراد جمهور وسائل الإعلام وتعرف آرائهم والتأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام على أفراد ذلك الجمهور. وتركز الدراسة على المسح التحليلى بهدف تعرف العلاقات الارتباطية بين المتغيرات.

مجتمع الدراسة والعينة :

يتحدد مجتمع الدراسة فى مشاهدى قنوات التليفزيون الأرضية والفضائية الذين يتعرضون للخدمات الإخـــبارية المقدمـــة ، من خلال هذه القنوات ، وبشرط تعرض مفردات العينة لشريط الأنباء ؛ بحيث يســـتبعد الباحث أية استمارة يذكر فيها المبحوث أنه لايتعرض لشريط الأنباء ؛ حيث يتم سحب عينة حصصية تمثل فئات الجمهور وفقاً لعدد من المتغيرات الديموجرافية وبصورة متجانسة ، تمكن من إجراء المقارنات بين هذه الفئات .

وقد تم إجراء الدراسة على عينة قوامها ٢٥٠ مفردة.

أداة جمع البيانات :

تم استخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات ، والتى اشتملت على مجموعة من الأسئلة التى يتحقق من الإجابة عنها كإجابة عن اختبار فروض الدراسة.

مواصفات العينة :

النوع : ١٣٠ ذكورًا، ١٢٠ إناثًا .

التعليم : ١٩٥ تعليمًا عاليًا، ٥٥ تعليمًا متوسطًا .

الوظيفة : ٦٠ حكومة وقطاعًا عامًّا، ٦٥ قطاعًا خاصًّا، ٢٥ مهن حرة .

٨٠ طالبًا ، ٢٠ ربة منـــزل .

فئات السن :

الفئة الأولى من١٨ إلى أقل من ٣٠ : ٨٦

الفئة الثانية من ٣٠ إلى أقل من٤٥ : ٧٩

الفئة الثالثة أكبر من ٤٥ : ٨٥

المستوى الاجتماعى الاقتصادى : الأول ٦٥ ، الثانى ٨٥ ، الثالث ١٠٠.

إجراءات الثبات والصدق :

تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين لتعرف مدى وضوحها وقدرتها على الحصول على البيانات المطلوبة واختبار الفروض . كما تم إعادة تطبيق عدد ٢٥ استمارة بعد إجراء البحث لتعرف نسبة الثبات ، والتى وصلت إلى٩٨% .

تحليل النتائج :

قـام الباحث بإدخال البيانات وتحليلها مستخدماً البرنامج الإحصائى SPSS ؛ حيث تم استخدام عدد من المقاييس الإحصائية ؛ بهدف اختبار فروض الدراسة ، وتمثلت هذه المقاييس فى :

- اختبار كا^2 The Chi-Square Test لاختبار وجود علاقة بين متغيرين .
- معامل التوافق .
- معامل الارتباط لسبيرمان .
- اختبار T-test.
- اختار تحليل التباين فى اتجاه واحد One Way Anova.
- أسلوب الأوزان المرجحة بالنقاط .

نتائج الدراسة

أولاً : مدى متابعة الخدمات الإخبارية المقدمة من خلال قنوات التليفزيون الأرضية والفضائية.

جدول (١) : مدى متابعة الخدمات الإخبارية المقدمة من خلال قنوات التليفزيون الأرضية والفضائية .

القناة / المتابعة	القنوات الأرضية		القنوات الفضائية	
	ك	%	ك	%
دائما	١٠٤	٤١,٦	٨٠	٣٢
أحياناً	١١٣	٤٥,٢	١٠٥	٤٢
نادراً	٣٣	١٣,٢	٦٥	٢٦
المجموع	٢٥٠	١٠٠	٢٥٠	١٠٠

يتضـــح من الجدول (١) ارتفاع نسبة التعرض " أحياناً " للخدمات الإخبارية المقدمة من خلال القـــنوات الأرضية ، حيث جاءت بنسبة ١١٣ تكرار (٤٥,٢%) من إجمال حجم العينة. كما جاءت أيضاً نســبة التعرض "أحيانا" كأعلى تكرار فى القنوات الفضـــائية حيث جاءت نســبة ١٠٥ تكرار (٤٢%) من إجمالى حجم العينة ، ثم جاءت نسب التعرض دائماً تليها التعرض نادراً.

ثانيًا: مدى متابعة أنواع الخدمات الإخبارية المقدمة من خلال قنوات التليفزيون الأرضية والفضائية.

جدول (٢): مدى متابعة أنواع الخدمات الإخبارية المقدمة من خلال قنوات التليفزيون الأرضية والفضائية .

الخدمة الإخبارية / المتابعة	نشرات الأخبار		موجز الأنباء		عناوين الأخبار		شريط الأخبار	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٧٦	٣٠,٤	٨٣	٣٣,٢	١٢٣	٤٩,٢	١٥٣	٦١,٢
أحياناً	١٢٨	٥١	٩٧	٣٨,٨	٧٢	٢٨,٨	٧٣	٢٩,٢
نادراً	٤٠	١٦	٦٣	٢٥,٢	٤٦	١٨,٤	٢٤	٩,٦
لا يتابع	٦	٢,٤	٧	٢,٨	٩	٣,٦	–	–
المجموع	٢٥٠	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٢٥٠	١٠٠

يتضح من الجدول ما يلي :

- نشرات الأخبار المفصلة : جاءت نسبة التعرض "أحياناً" لهذا النوع من الخدمات الإخبارية فى المقدمة بتكرار ١٢٨ وبنسبة ٥١,٢ من إجمالى حجم العينة . يليها التعرض دائماً ثم نادراً ثم لا يتابع .
- موجـــز الأنـــباء: جاءت نسبة التعرض "أحيانا" فى المقدمة بتكرار ٩٧ وبنسبة ٣٨,٨% من إجمالى حجم العينة ، يليها التعرض دائماً ثم نادراً ثم لا يتابع .
- عـــناوين الأخبار: جاءت نسبة التعرض "دائماً" فى المقدمة بتكرار ٩٧ وبنسبة ٣٨,٨% من إجمالى حجم العينة ، يليها التعرض دائماً ثم نادرا ثم لا يتابع .
- عناوين الأخبار: جاءت نسبة التعرض "دائماً" فى المقدمة بتكرار ١٢٣ وبنسبة ٤٩,٢% من إجمالى حجم العينة ، يليها التعرض أحياناً ثم نادراً .
- شـــريط الأخبار: جاءت نسبة التعرض "دائماً" فى المقدمة بتكرار ١٥٣ ونسبة ٦١,٢% من إجمالى حجم العينة ، يليها التعرض أحيانا ثم نادراً (تم استبعاد الذى لا يتابع من العينة كما سبق التوضيح) .

ثالثًا : مدى الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات .

جدول (٣) : مدى الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات .

مدى الاعتماد على شريط الأنباء .	ك	%
أحد المصادر الأساسية لتعرف الأنباء.	٩٣	٣٧,٢
أحد المصادر الثانوية لتعرف الأنباء .	٤٣	١٨,٤
مصدر للأنباء فى بعض الظروف والأوقات.	٨٠	٣٢
مصدر أتعرض إليه بالصدفة ومن خلاله أتعرف الأنباء .	٣١	١٢,٤
المجموع	٢٥٠	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول ما يلي :

- أن نسبة ٣٧,٢% من العينة بمجموع تكرارات ٩٣ يعتبرون أن شريط الأنباء مصدر أساسى للحصول على الأنباء.
- أن نسبة ١٨,٤% من العينة بمجموع تكرارات ٤٦ يعتبرون أن شريط الأنباء مصدر ثانوى للحصول على الأنباء.
- أن نسبة ٣٢% من العينة بمجموع تكرارات ٨٠ يعتبرون أن شريط الأنباء مصدر للحصول على الأنباء فى بعض الظروف والأوقات .
- أن نسبة ١٢,٤% من العينة بمجموع تكرارات ٣١ يعتبرون أن شريط الأنباء مصدر يتعرضون إليه بالصدفة للحصول على الأنباء.

رابعًا : أسباب الاعتماد على شريط الأنباء .

جدول (٤) : أسباب الاعتماد على شريط الأنباء .

أسباب الاعتماد	ك	%	الترتيب
تعرف الأنباء العاجلة	١٦٦	٣٦	الأول
متابعة تداعيات أحداث متعددة تناولتها خدمات إخبارية أخرى	٨٠	١٧,٣	الثالث
تعرف معلومات معينة مثل أحوال الطقس	٥٨	١٢,٦	الرابع
المتابعة السريعة للأخبار بدلاً من متابعة النشرات المفصلة	١٢٢	٢٦,٥	الثانى
مجرد عادة تكونت بسبب تكرار عرض الشريط على الشاشة	٣١	٦,٧	الخامس
أخرى	٤	٠,٩	السادس
المجموع	٤٦١ (*)	١٠٠%	

(*) ترك الباحث للمبحوث حرية اختيار أكثر من بديل.

يتضح من نتائج الجدول (٤) أن سبب تعرف الأنباء العاجلة يأتى فى مقدمة أسباب الاعتماد على شــريط الأنــباء ، بمجموع تكرارات ١٦٦ وبنسبة ٣٦% من إجمالى عدد التكرارات ، ثم جاء سبب المتابعة السريعة للأخبار فى الترتيب الثانى بمجموع تكرارات ١٢٢وبنسبة ٢٦,٥% ، ثم جاء فى الترتيب الثالــث سبب متابعة تداعيات أحداث محددة تناولتها خدمات إخبارية أخرى بمجموع تكرارات ٨٠ وبنسبة ١٧,٣%، ثم سبب تعرف معلومات معينة مثل أحوال الطقس (٥٨ تكرار، بنسبة ١٢,٦%) ثم ســبب مجــرد عــادة (٣١ تكرار وبنسبة ٦,٧%) وأسباب أخرى ، مثل : عدم وجود وقت كاف للتعرض للنشرات المفصلة (٤ تكرارات ونسبة ٠,٩%).

خامساً : أهم القنوات الأرضية والفضائية التى يتم الاعتماد من خلالها على شريط الأنباء.

جدول (٥): أهم القنوات الأرضية والفضائية التى يتم الاعتماد على شريط الأخبار التى تقدمها .

الترتيب القناة	الأول ٣	الثانى ٢	الثالث ١	مجموع الأوزان المرجحة	%	الترتيب
الأولى المصرية	٣٤٨	٥٦	٢٤	٤٢٨	٣٤,٦	الأول
الجزيرة	٢٠٧	١٤٢	٢٦	٣٧٥	٣٠,٤	الثانى
النيل للأخبار	٣٠	٦٠	٣٦	١٢٦	١٠,٣	الثالث
العربية	٣٣	٦٦	٢٣	١٢٢	٩,٩	الرابع
الفضائية الأولى	٢١	٢٦	٢٤	٧١	٥,٧	الخامس
الثانية المصرية	٦	٣٨	٥	٤٩	٣,٩	السادس
Nile TV	٦	١٠	٧	٢٣	١,٨	السابع
الكويت	٩	–	٣	١٢	.٩	الثامن
الثالثة المصرية	–	٤	٥	٩	.٧	التاسع
MBC	–	٤	٢	٦	.٥	العاشر
أبو ظبى	–	٢	٣	٥	.٤	الحادى عشر
الحرة	–	٢	٢	٤	.٣	الثانى عشر
المحور	–	–	٣	٣	.٢	الثالث عشر
CBS	–	٢	١	٣	.٢	الثالث عشر
CNN	–	٢	–	٢	.١	الرابع عشر
المجد	–	–	١	١	.١	الخامس عشر
المجموع	٦٦٠	٤١٤	١٦٥	١٢٣٩	١٠٠	

يتضح من نتائج الجدول السابق أن القناة الأولى المصرية الأرضية جاءت فى الترتيب الأول بمجموع أوزان مـــرجحة٤٢٨ ونسبة ٣٤,٦%، تليها قناة الجزيرة بمجموع أوزان مرجحة ٣٧٥ ونسبة ٣٠,٤ %. وفى الترتيب الثالث قناة النيل للأخبار بمجموع أوزان مرجحة ١٢٦ ونسبة ١٠,٣%.وفى الترتيب الرابع قناة العربية الفضائية بمجموع أوزان مرجحة ١٢٢.

ويلى ذلك مجموعة من القنوات الأخرى ، كما هو موضح بالجدول.

سادساً : أنواع الأخبار التى يتم التعرض لها.

جدول (٦) : أنواع الأخبار التى يتم التعرض لها .

نوع الخبر	ك	%	الترتيب
سياسى	٢١٦	٢٣,٥	الأول
كوارث وحوادث	١٣٠	١٤,١	الثانى
دولى	١١٦	١٢,٦	الثالث
رياضى	١٠٤	١١,٤	الرابع
أخبار الطقس ودرجات الحرارة	٨٩	٩,٧	الخامس
أخبار عربية	٨١	٨,٨	السادس
محلى	٥٢	٥,٧	السابع
تصريحات مسؤولين دوليين	٤٧	٥,١	الثامن
اقتصادى	٤٤	٤,٨	التاسع
تصريحات مسؤولين حكوميين	٣٤	٣,٧	العاشر
أخبار فنية	٤	٠,٤	الحادى عشر
أخبار علمية	٢	٠,٢	الثانى عشر
المجموع	٩١٩(*)	١٠٠	

يتضـــح مـــن نتائج الجدول (٦) أن الأخبار السياسية تأتى فى مقدمة الأخبار التى يهتم الجمهور بمتابعتها من خلال شريط الأنباء ؛ حيث جاءت بمجموع تكرارات ٢١٦ ونسبة ٢٣,٥% تليها أخبار

(*) ترك الباحث للمبحوث حرية اختيار أكثر من بديل.

الكـــوارث والحوادث بتكرارات ١٣٠ ونسبة ١٤,١% تليها الأخبار الدولية بتكرارات ١١٦ ونسبة ١٢,٦%. ثم فئات الأخبار الأخرى كما هو موضح بالجدول .

سابعاً : تأثير الاعتماد على شريط الأنباء على متابعة الخدمات الإخبارية الأخرى بالقناة نفسها.

جدول (٧) : تأثير الاعتماد على شريط الأنباء على متابعة الخدمات الإخبارية الأخرى بالقناة نفسها .

التكرار والنسبة / الحرص على المتابعة	ك	%
زيادة الحرص بشدة على المتابعة .	٤٧	١٨,٨
زيادة الحرص على المتابعة .	٩٣	٣٧,٢
لم تؤثر على المتابعة .	٧٣	٢٩,٢
قللت الحرص على المتابعة .	٣٣	١٣,٢
قللت الحرص بشدة على المتابعة .	٤	١,٦
المجموع	٢٥٠	١٠٠

يتضـــح من نتائج الجدول السابق أن متابعة شريط الأنباء أدت إلى زيادة حرص أفراد العينة على متابعة الخدمات الإخبارية الأخرى بالقناة نفسها ، حيث جاء بديل "زيادة الحرص" بمجموع تكرارات ٩٣ بنسبة ٣٧,٢% ، يليه بديل " لم تؤثر على المتابعة" بمجموع تكرارات ٧٣ ونسبة ٢٩,٢% ، يليه بديـــل "زيـــادة الحرص بشدة" بمجموع تكرارات ٤٧ ونسبة ١٨,٨% ، فى حين جاء بديل "قللت الحرص" و"قللت الحرص بشدة " بنسب ١٣,٢% و ١,٦% على التوالى .

ثامناً : تأثير الاعتماد على شريط الأنباء على متابعة الخدمات الإخبارية بالقنوات الأخرى.

جدول (٨) : تأثير الاعتماد على شريط الأنباء على متابعة الخدمات الإخبارية بالقنوات الأخرى .

التكرار والنسبة / الحرص على المتابعة	ك	%
زيادة الحرص بشدة على المتابعة .	٣٩	١٥,٦
زيادة الحرص على المتابعة .	٧٦	٤٠,٣
لم تؤثر على المتابعة .	٩٦	٣٨,٤
قللت الحرص على المتابعة .	٣١	١٢,٤
قللت الحرص بشدة على المتابعة .	٨	٣,٢
المجموع	٢٥٠	١٠٠

يتضـــح من نتائج الجدول السابق أن متابعة شريط الأنباء لم تؤثر على متابعة الخدمات الإخبارية المقدمـــة فى القنوات الأخرى ؛ حيث جاءت بمجموع تكرارات ٩٦ بنسبة ٣٨,٤%، يلى ذلك بديل "زيادة الحرص بشدة على المتابعة" بمجموع تكرارات ٣٩ ونسبة ١٥,٦% ، فى حين جاء بديل "قللت الحرص" وقللت الحرص بشدة" بنسب ١٢,٤ و ٣,٢% على التوالى .

تاسعاً : العوامل المؤثرة على متابعة شريط الأنباء .

جدول (٩) : العوامل المؤثرة على متابعة العينة لشريط الأنباء .

التكرار والنسبة / العامل	ك	%	الترتيب
الخبر	١٥١	٣١,٥	الأول
القناة	١٤٢	٢٩,٦	الثانى
الوقت	٧٣	١٥,٢	الثالث
المضمون	٧٣	١٥,٢	الثالث
التكرار	٤١	٨,٥	الرابع
المجموع	٤٨٠	١٠٠	

يتضح من نتائج الجدول (٩) أن طبيعة الخبر تعد العامل الذى يأتى فى الترتيب الأول من العوامل المؤثـــرة عـــلى متابعة أفراد العينة لشريط الأنباء ؛ حيث جاء بمجموع تكرارات ١٥١ تكرارًا وبنسبة ٣١,٥% ، يليه فى الترتيب الثانى العامل الخاص بنوع القناة حيث جاء بمجموع تكرارات ١٤٢ وبنسبة ٢٩,٦% يليه فى الترتيب الثالث عاملي : وقت عرض شريط الأنباء والمضمون المعروض على الشاشة وقـــت عـــرض الشريط ؛ حيث جاء كل منهما بمجموع تكرارات ٧٣ وبنسبة ١٥,٢%، وجاء فى الترتيب الرابع العامل الخاص بتكرار عرض الشريط بمجموع تكرارات ٤١ ونسبة ٨,٥%.

عاشراً : الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على شريط الأنباء.

جدول (١٠) : الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على شريط الأنباء .

مدى الموافقة / الأثر	موافق جدا	موافق	لا أعرف	معارض	معارض جدا	المجموع
١- متابعتى لشريط الأنباء تجعلنى متابعاً بصورة فورية للأحداث.	١٢٦	١٠٦	٦	٨	١	٢٥٠
٢- أتعرف الأخبار من خلال شريط الأنباء التى قد لا يسمح وقتى بمتابعتها من خلال النشرات المفصلة.	٩٢	١١٢	٧	٣٧	٢	٢٥٠
٣- أفضل متابعة القنوات التى تقدم خدمة إخبارية من خلال شريط الأنباء.	٥٥	١٢٤	٢٤	٤٥	٢	٢٥٠
٤- أحرص على متابعة الخدمات الإخبارية الأخرى لتعرف تفصيلات الأخبار الورادة فى الشريط.	٥٩	١٤١	١٧	٢٣	١	٢٥٠
٥- تكونت لدى عادة قراءة شريط الأنباء بسبب قدرته على توفير الخبر للمشاهد فى جميع الأوقات.	٩٩	١٢٠	٧	١٩	٥	٢٥٠
٦- أعلق على بعض الأخبار الواردة فى الشريط وأناقشها مع من حولى .	٦١	١١٧	١٢	٥٧	٣	٢٥٠
٧- أتنقل أحيانا فى المشاهدة بين عدة قنوات لتعرف خبر معين من خلال أكثر من مصدر .	٨٨	٨٧	١٢	٥٣	١٠	٢٥٠
٨- لاتؤثر متابعتى لشريط الأنباء على متابعتى للمضمون المقدم على الشاشة وقت عرض الشريط.	٢٧	٧٥	٢٢	٩٤	٣٢	٢٥٠
٩- القناة التى لا تقدم شريط أنباء تفقد كثيرًا من قدرتها على جذب انتباهى .	٢١	٦٠	٢٠	١١٦	٣٣	٢٥٠
١٠- يعكس شريط الأنباء قدرة القناة على الحصول على الأخبار وكفاءتها فى متابعة الأحداث .	٨٤	٩٦	٢٤	٤٠	٦	٢٥٠

يتضح من الجدول (١٠) ما يلى :

- جاء الأثر المعرفى " متابعتى لشريط الأنباء تجعلنى متابعاً بصورة فورية للأحداث" فى مقدمة الآثار المستحققة من الاعتماد على شريط الأنباء ؛ حيث جاء بمجموع تكرارات ١٢٦ موافق جدًّا و١٠٦ موافق .

- جاء الأثر السلوكى " تكونت لدى عادة قراءة شريط الأنباء بسبب قدرته على توفير الخبر للمشاهد فى جمـــيع الأوقات" فى الترتيب الثانى من الآثار المتحققة بمجموع تكرارات ٩٩موافق جدًّا و١٢٠ موافق.
- جـــاء الأثر المعرفى " اتعرف الأخبار من خلال شريط الأنباء ، والتى قد لا يسمح وقتى بمتابعتها من خلال النشرات المفصلة" فى الترتيب الثالث بمجموع تكرارات ٩٢ موافق جدًّا و١١٢ موافق.
- ثم جاءت الآثار الأخرى على الترتيب:

الـــرابع : أتنقل أحيانا فى المشاهدة بين عدة قنوات لتعرف خبر معين ، من خلال أكثر من مصدر (سلوكى) .

الخامس : يعكس شريط الأنباء قدرة القناة على الحصول على الاخبار وكفاءتها فى متابعة الأحداث (وجدانى) .

السادس : أعلق على بعض الأخبار الواردة فى الشريط وأناقشها مع من حولى . (سلوكي) .

الســـابع : أحـــرص على متابعة الخدمات الإخبارية الأخرى لتعرف تفصيلات الأخبار الورادة فى الشريط (سلوكي) .

الثامن : أفضل متابعة القنوات التى تقدم خدمة إخبارية من خلال شريط الأنباء (وجدانى) .

التاســـع : لاتؤثـــر متابعتى لشريط الأنباء على متابعتى للمضمون المقدم على الشاشة وقت عرض الشريط (سلوكى) .

العاشر : القناة التى لا تقدم شريط أنباء تفقد كثيرًا من قدرتها على جذب انتباهى (وجدانى) .

نتائج اختبارات الفروض :

نتائج اختبارات الفرض الأول:

توجـــد علاقـــة دالة إحصائيًّا بين المتغيرات الديموجرافية : (النوع – السن – التعليم– الوظيفة – المستوى الاجتماعى والاقتصادى) ، والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

قام الباحث باستخدام مقياس اختبار المطابقة (كا^2) لقياس وجود علاقة بين متغيرى الفرض .

وجاءت نتائج الاختبار كالتالى :

أولاً : اختبـــار وجود علاقة بين النوع والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

جـــدول (١١) : اختـــبار وجود علاقة بين النوع والعـــوامل المؤثرة على الاعتماد على شـــريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

العامل	درجات الحرية	كا^2	معامل التوافق	مستوى المعنوية	الدلالة
الخبر	١	٠,٠١٨	٠,٠٠٩	٠,٨٩٣	غير دال
الوقت	١	٠,٣٢٣	٠,٠٣٦	٠,٥٧٠	غير دال
التكرار	١	٠,٨٤٠	٠,٥٨	٠,٣٦٠	غير دال
المضمون	١	٢,٧٥٤	٠,١٠٤	٠,٠٩٧	غير دال
القناة	١	٠,٩٦٣	٠,٠٦٢	٠,٣٢٦	غير دال

يتضح من النتائج السابقة : أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين النوع وأى من عوامل الاعتماد على شريط الأنباء.

ثانـــيًا : اختبار وجود علاقة بين التعليم والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات.

جدول (١٢) : اختبار وجود علاقة بين التعليم والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات.

العامل	درجات الحرية	كا^2	معامل التوافق	مستوى المعنوية	الدلالة
القناة	١	١٠,٩٩٩	٠,٢٠٥	٠,٠٠١	دال
الخبر	١	٨,٢٨٥	٠,١٧٩	٠,٠٠٤	دال
الوقت	١	٤,١٤١	٠,١٢٨	٠,٠٤٢	غير دال
المضمون	١	١,٠٥٦	٠,٠٦٥	٠,٣٠٤	غير دال
التكرار	١	٠,١٧٧	٠,٠٢٧	٠,٦٧٤	غير دال

يتضح من النتائج السابقة : أنه توجد علاقة ذات دلالة بين كلٍّ من نوع القناة والتعليم ، وكذلك بين طبيعة الخبر والتعليم ، فى حين لم يثبت وجود علاقة بين التعليم والعوامل الأخرى .

ثالــثًا : اختبار وجود علاقة بين العمر والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات والأخبار .

جـــدول (١٣) : اختبار وجود علاقة بين العمر والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات والأخبار .

العامل	درجات الحرية	كا٢	معامل التوافق	مستوى المعنوية	الدلالة
القناة	٢	٦,٣٣١	٠,١٥٧	٠,٠٤٢	غير دال
الخبر	٢	١٣,٨٢٢	٠,٢٢٩	٠,٠٠١	دال
الوقت	٢	١,٦٠٩	٠,٠٨٠	٠,٤٤٧	غير دال
المضمون	٢	٤,٢٠٦	٠,١٢٩	٠,١٢٢	غير دال
التكرار	٢	٠,٦٢٨	٠,٠٥٠	٠,٧٣١	غير دال

يتضح من نتائج الجدول السابق : أنه توجد علاقة ذات دلالة بين طبيعة الخبر والعمر ، فى حين لم يثبت وجود علاقة بين العمر والعوامل الأخرى.

رابعــاً : اختبار وجود علاقة بين المهنة والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات والأخبار.

جـــدول (١٤) : اختبار وجود علاقة بين المهنة والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات والأخبار.

العامل	درجات الحرية	كا٢	معامل التوافق	مستوى المعنوية	الدلالة
القناة	٤	١٢,٠٤٤	٠,٢١٤	٠,٠١٧	غير دال
الخبر	٤	١٠,٥٤٦	٠,٢٠١	٠,٠٣٢	غير دال
الوقت	٤	٥,٠٠٨	٠,١٤٠	٠,٢٨٧	غير دال
المضمون	٤	٣,٥٣٢	٠,١١٨	٠,٤٧٣	غير دال
التكرار	٤	٢,٥٢٧	٠,١٠٠	٠,٦٤٠	غير دال

يتضح من الجدول أنه لا توجد علاقة بين المهنة والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

خامساً : اختبار وجود علاقة بين المستوى الاجتماعي الاقتصادى ، والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

جـــدول (١٥) : اختبار وجود علاقة بين المستوى الاجتماعي الاقتصادى ، والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

العامل	درجات الحرية	كا٢	معامل التوافق	مستوى المعنوية	الدلالة
الخبر	٢	٢,٩٧٥	٠,١٠٨	٠,٢٢٦	غير دال
الوقت	٢	٨,٣٦٦	٠,١٨٠	٠,٠١٥	غير دال
التكرار	٢	٠,١٥٧	٠,٠٢٥	٠,٩٢٥	غير دال
المضمون	٢	٥,٨٤	٠,١٤٤	٠,٠٧١	غير دال
القناة	٢	٧,٥٧٩	٠,١٧٢	٠,٠٢٣	غير دال

يتضـــح مـــن نـــتائج الجدول السابق أنه لا توجد علاقة بين المستوى الاجتماعي والاقتصادى ، والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

نتائج اختبارات الفرض الثاني :

توجـــد علاقة ارتباطية بين مدى الاعتماد على شريط الأنباء ، وتأثير ذلك الاعتماد على متابعة الخدمـــات الإخـــبارية المفصـــلة بالقناة نفسها وكذلك بالقنوات الأخرى ، وعلى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

بمعنى أنه :

- كلما زادت شدة الاعتماد ، زاد الحرص على متابعة الخدمات الإخبارية بالقناة نفسها .
- كلما زادت شدة الاعتماد، زاد الحرص على متابعة الخدمات الإخبارية بالقنوات الأخرى
- كلما زادت شدة الاعتماد تحققت الآثار.

ولاختـــبار الجزء الأول من الفرض " كلما زادت شدة الاعتماد زاد الحرص على متابعة الخدمات الإخـــبارية بالقـــناة نفسها " استخدم الباحث معامل ارتباط "سبيرمان" حيث جاء الارتباط إيجابيًّا = ٠,١٩٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٢ وهو ارتباط غير قوى .

ولاختبار الجزء الثانى من الفرض " كلما زادت شدة الاعتماد ، زاد الحرص على متابعة الخدمات الإخبارية بالقنوات الأخرى" استخدم الباحث معامل ارتباط "سبيرمان" حيث جاء الأرتباط إيجابيًّا = ٠,٠٧٨ عند مستوى معنوية ٠,٢١٧ وهو ارتباط غير قوى .

ولإختبار الجزء الثالث من الفرض " كلما زادت شدة الاعتماد تحققت الآثار " استخدم الباحث معامل ارتباط "سبيرمان" حيث جاء الارتباط إيجابيًّا = ٠,٤٤٥ بدلالة ٠,٠٠٠ وهو ارتباط متوسط القوة.

- وبصـــفة عامة تثبت النتائج أنه كلما زاد اعتماد الفرد على شريط الأنباء ، زاد حرصه على مـــتابعة تفصـــيلات الخبر بالقناة نفسها بصورة أكبر من حرصه على متابعة تفصيلات الخبر بالقنوات الأخـــرى. كما أنه كلما زاد اعتماده على شريط الأنباء أدى ذلك إلى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

نتائج اختبارات الفرض الثالث :

تؤثر متغيرات (النوع–العمر– التعليم– الوظيفة، المستوى الاجتماعى الاقتصادى — مدى الاعتماد على شريط الأنباء) على تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد.

تحقق الآثار : قام الباحث بتصميم مقياس لآثار الاعتماد ، يتضمن عشر جمل يعلق عليها المبحوث كالـــتالي: موافـــق جدًّا = ٥، موافق = ٤، لا أعرف = ٢٤ معارض =٢ معارض جدا = ١) وبالتالى يصل مجموع الإجابات فى حال تحقق الآثار بصورة كاملة إلى ٥٠ درجة.

أولاً : تأثير النوع على تحقق آثار الاعتماد. (باستخدام T-Test) .

جدول (١٦) : تأثير النوع على تحقق آثار الاعتماد. (باستخدام T-Test) .

النوع	الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	درجات الحرية	ت	مستوى المعنوية	الدلالة
ذكور	٣٧,٠٢	٥,٢٢	٢٤٧	٠,١٢٢	٠,٩٠٣	غير دال
إناث	٣٧,١٠	٤,٥٣				

تشـــير نتائج اختبار ت T-Test إلى عدم تأثير متغير النوع على تحقق آثار الاعتماد على شريط الأنباء .

ثانيًا : تأثير التعليم على تحقق آثار الاعتماد (باستخدام T-Test) .

جدول (١٧) : تأثير التعليم على تحقق آثار الاعتماد (باستخدام T-Test) .

نوع التعليم	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	ت	مستوى الدلالة	الدلالة
تعليم عال	٣٧,٢٨	٥,٠١	٢٤٧	١,٣٤٠	٠,١٨٢	غير دال
تعليم متوسط	٣٦,٢٧	٤,٦٦				

تشير النتائج إلى عدم تأثير متغير التعليم على تحقق آثار الاعتماد على شريط الأنباء.

ثالثاً : تأثير العمر على تحقق آثار الاعتماد (باستخدام T-Test) .

جدول (١٨) : تأثير العمر على تحقق آثار الاعتماد (باستخدام T-Test) .

مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين الفئات	٣٨٠,٢٨٠	١٩٠,١٤٠	٢	٨,٢٢٨	٠,٠٠٠
داخل الفئات	٥٦٧٨,٨١٦	٢٣,١٢١	٢٤٦		
المجموع	٦٠٦٨,٠٩٦		٢٤٨		

يتضـــح من خلال الجدول السابق وجود تأثير للعمر على تحقق الآثار الناجمة عن الاعتماد على شريط الأنباء ؛ حيث تتحقق هذه الآثار لدى الفئة العمرية الثالثة (الأكبر) ، تليها الفئة العمرية الأولى (الأصغر) ثم الفئة الثانية (المتوسطة).

متوسط حسابي الفئة الثالثة ٣٨,٧٦ - انحراف معياري ٤,٩٦

متوسط حسابي الفئة الأولى ٣٦,٣٥ – انحراف معياري ٤,٦٨

متوسط حسابي الفئة الثانية ٣٥,٩٩ انحراف معياري ٤,٧٨

رابعاً : تأثير المهنة على تحقق آثار الاعتماد .

جدول (١٩) : تأثير المهنة على تحقق آثار الاعتماد .

مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين الفئات	٨٧,٣٧٠	٢١,٨٤٣	٤	٠,٨٩١	٠,٤٧
داخل الفئات	٥٩٨٠,٧٢٦	٢٤,٥١١	٢٤٤		
المجموع	٦٠٦٨,٩٦		٢٤٨		

يتضح من النتائج السابقة : أنه لا يوجد تأثير للمهنة على تحقق آثار الاعتماد المعرفية والوجدانية والسلوكية.

خامساً : تأثير المستوى الاجتماعى الاقتصادى على تحقق آثار الاعتماد.

جدول (٢٠) : تأثير المستوى الاجتماعى الاقتصادى على تحقق آثار الاعتماد.

مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين الفئات	١١٩,١١٣	١٩٠,١٤٠	٢	٢,٤٦٣	٠,٠٨٧
داخل الفئات	٥٩٤٨,٩٨٣	٢٣,١٢١	٢٤٦		
المجموع	٦٠٦٨,٠٩٦		٢٤٨		

يتضـــح من النتائج السابقة : أنه لا يوجد تأثير للمستوى الاقتصادى الاجتماعى على تحقق آثار الاعتماد المعرفية والوجدانية والسلوكية .

سادساً : تأثير مدى قوة الاعتماد على شريط الأنباء على تحقق آثار الاعتماد.

تم تحديد مدى قوة الاعتماد من خلال الجدول رقم (٣) كالتالى :

أحد المصادر الأساسية لتعرف الأنباء = ٤ اعتماد قوى جدًا .

أحد المصادر الثانوية لتعرف الأنباء = ٣ اعتماد قوى .

مصدر للأنباء فى بعض الظروف والأوقات = ٢ اعتماد متوسط .

مصدر أتعرض إليه بالصدفة ومن خلاله أتعرف على الأنباء =١ اعتماد ضعيف .

جدول (٢١) : تأثير مدى قوة الاعتماد على شريط الأنباء على تحقق آثار الاعتماد.

مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين الفئات	١٤٠٣,٨٦٠	٤٦٧,٩٥٣	٣	٢٤,٥٨٠	٠,٠٠٠
داخل الفئات	٤٦٦٤,٢٣٧	١٩,٠٣٨	٢٤٥		
المجموع	٦٠٦٨,٨٦		٢٤٨		

يتضح من نتائج الجدول السابق أن مدى الاعتماد على شريط الأنباء يؤثر على تحقق الآثار المعرفية والوجدانـــية والسلوكية ؛ حيث تتحقق الآثار بصورة أكبر لدى فئة الذين يعتمدون على شريط الأنباء كمصـــدر أساســـى للأنـــباء(متوسط حسابى ٣٩,٩٩ وانحراف معيارى ٣,٧) ، يلى ذلك فئة الذين يعـــتمدون على شريط الأنباء كمصدر ثانوى (متوسط حسابى ٣٦,٨٣ وانحراف معيارى ٥.٠٥) ، يلى ذلك الذين يعتمدون على شريط الأنباء شريط الأنباء بالصدفة (متوسط حسابى ٣٥,١٩ وانحراف معـــيارى ٤,٨٣) ، ثم الذين يعتمدون على شريط الأنباء فى ظروف معينة (متوسط حسابى ٣٤,٥٥ وانحراف معيارى ٤,١١).

النتـائج العامة :

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ، من أهمها :

- ارتفاع نسب تعرض الجمهور للخدمات الإخبارية السريعة ، ومنها عناوين الأخبار وشرائط الأنباء.
- ارتفـــاع نســـبة الذين يعتبرون شريط الأخبار مصدراً أساسيًّا للأنباء، كما ترتفع نسبة من يعتبرون شـــريط الأنباء مصدراً للمعلومات عند وقوع أحداث معينة ، يتطلب منهم متابعتها والوقوف على تداعياتها.
- وعـــن أســـباب الاعـــتماد على شريط الأنباء جاء سبب "تعرف الأنباء العاجلة" و"المتابعة السريعة للأخبار" فى مقدمة الأسباب ، التى تدفع الجمهور للاعتماد على شريط الأنباء.
- وتؤكـــد النتائج السابقة أن شريط الأنباء يعد خدمة إخبارية مهمة ؛ بسبب تقديمها للأخبار بصورة فورية سريعة ، إلى جانب أنها تقدم الخبر بصورة مختصرة، فضلا عن ملاءمتها لعرض الأنباء العاجلة.
- وبالنسبة لنوعيات الأخبار التى يحرص الجمهور على تعرفها جاءت الأخبار السياسية وأخبار الكوارث والحـــوادث فى المقدمـــة ، وهو ما يرتبط بطبيعة هذه الأخبار التى تتصف بالفورية والحالية وتجذب الجمهور لمتابعتها.
- وفيما يتعلق بتأثير الاعتماد على شريط الأنباء ، توصلت الدراسة إلى أن متابعة شريط الأنباء تؤدى إلى زيـــادة حرص الجمهور على متابعة تفاصيل الأخبار فى الخدمات الإخبارية الأخرى التى تقدمها القناة، إلا أنها فى الوقت نفسه لا تؤثر بصورة كبيرة على حرص الجمهور على متابعة تفاصيل الخبر فى قنوات أخرى .

- وجاءت طبيعة الخبر كأهم عامل يؤثر على متابعة الجمهور لشريط الأنباء، تليه القناة التي تقدم شريط الأنـــباء ، وهـــو مـــا يؤكد أن شريط الأنباء يرتبط الاعتماد عليه كمصدر للخبر بعوامل تختلف باختلاف المضمون والقناة وعوامل أخرى ، موضحة في الدراسة .
- وفيما يتعلق بالآثار الناتجة عن الاعتماد:جاء الأثر المعرفي " متابعتي لشريط الأنباء تجعلني متابعاً بصورة فوريـــة للأحـــداث" في مقدمة الآثار المتحققة من الاعتماد على شريط الأنباء يليه الأثر السلوكي " تكونت لديّ عادة قراءة شريط الأنباء بسبب قدرته على توفير الخبر للمشاهد في جميع الأوقات" يليه الأثـــر المعرفي" اتعرف على الأخبار ، من خلال شريط الأنباء التي قد لا يسمح وقتي بمتابعتها ، من خلال النشرات المفصلة" .

وفيما يتعلق بنتائج اختبارات فروض الدراسة :

- ثبت أنه توجد علاقة بين درجة التعليم وتأثير عاملي مضمون الخبر والقناة على الاعتماد على شريط الأنباء .
- كما لم يثبت وجود ارتباط قوي بين مدى اعتماد الجمهور على شريط الأنباء ، وزيادة حرصه على مـــتابعة الخدمات الإخبارية بالقناة مقدمة الشريط والقنوات الأخرى .. إلا أنه ثبت وجود ارتباط متوسط بين مدى الاعتماد ، وتحقق آثار الاعتماد على شريط الأنباء .
- كما ثبت من الدراسة وجود تأثير للنوع على تحقق آثار الاعتماد ، كما ثبت أن مدى الاعتماد على شريط الأنباء يؤثر على تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد.

توصيات الدراسة :

يوصـــي الباحث بضرورة تعرف قنوات التليفزيون الأرضية والفضائية على مدى متابعة جمهورها لشـــريط الأنباء الذي تقدمه ، وكذلك خدماتها الإخبارية المختلفة . وأن تهتم بعدة عوامل ، ثبت أنها تؤثـــر على متابعة الجمهور للشريط ، وهي : طبيعة الخبر.المعروض، توقيت عرض الشريط، والمضمون المقدم على الشاشة وقت عرض الشريط. كما يوصي الباحث بضـــرورة عدم التكرار الزائد لمعلومات وأخـــبار شريط الأنباء حتى لا يمل المشاهد منها وينصرف عن متابعته . كما يوصي الباحث بضرورة تعـــامل قـــنوات التلـــيفزيون المختلفة مع الخبر المقدم ، من خلال شريط الأنباء كخدمة إعلامية تقدم لـــلجمهور ؛ بهدف جذبه لمشاهدة القناة ومتابعة برامجها ، وهو ما يتطلب تحديث هذه الأخبار بصورة مستمرة وتنويع فئاتها.

مراجع الدراسة

1. Everette E. Dennis, **Of Media and People** (USA: Sage Publications, 1992).p.21
2. Devid Dermers and K. Viswanath, **Mass Media Social Control and Social Change: a macrosocial perspective** (USA: Lawa University Press, 1999).p.83
3. Chris Berker, **Global Television: an introduction** (USA: Blachwell Publisher, 1997) p. 130
4. Patricie Holland, **The Television Handbook**, 2ed (USA: Routledge, 2000).
5. Stuart Allan, **News Culture** (USA Stuart Allan, 1999) p. 120
6. Rebecce Lee in Caroline Kelly, How does the news effect our lives, www.bgsu.edu 2b-3-2004.11.30 pm. p.2.
7. Ibid. p. 3
8. John P. Robinson and Mark R. Lavy, News Media Use and Informed Public, **Journal of Communication**, 46 (1), Spring 1996. pp. 129-135.
9. **John Herbert**, Journalism in the digital age (USA: Focal Press, 2000) p. 59.
10. Stuart Allan, **Op. Cit**. p. 127
11. Robert E. Park in Howard Tumber, **News: A reader** (USA: Oxford, 1999) p. 11.
12. Michael Schudson, **The Power of News**, 2ed (USA: Harvard University, 126) p. 16).
13. Glenn G. Sparks, **Media Effects Research**, (USA: Wadsworth, 2002). P. 154.
14. Raymond L.Caroll, Donald M.Devis, **Electronic Media Programming: Strategies and Decision Making** (USA: Mc Grow Hill, inc., 1993) p. 6.
15. Paddy Scennall, Radio – Television and Modern life (USA: Blackwell Publisher, 1996) p. 12.
16. Raymond L. Caroll, Donald M. Davis, **Op. Cit.**, p. 19.
17. John Longer, **Tabloid Television** (USA: Routledge, 1998) p. 1.
18. Raymond L. Caroll, Donald M. Davis, Op. Cit., p. 19.
19. SJ. Bell Rokeach, The origins of individual media system dependency, **Communication Research**, vol. 12, No. 4. October 1986, pp. 485-510.
20. Katherine Miller, **Communication Theories: Prespective, Processes, and Contents** (USA: Mc Grow Hill, 2000) p. 249.
21. Denis Mc Quail, Sven Windahl, **Communication Models**, 2ed (USA: Longman, 1993). pp. 111-112.
22. John Downing, **Internationalizing MediaTtheory: transition, power, culture** (London: Sage Publication ltd., 1996) p. 191.

23. Stanley J. Baran, Dennis K. Devis, **Mass Communication Theory: foundations, ferment and future,** 3ed (USA: Wadsowrth, 2003) pp. 320-322.

24. Hugh M. Culbertson, Guido H. Stempel, How media use and reliance effect knowledge level, **Communication Research,** vol. 13, No. 4, October 1986, pp. 479-602.

٢٥. محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير** (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧) صـ ٢٣٦.

26. William E. loges, Perceptions of threat and media system dependency relations, **Communication Research,** vol. 21, No. 1, February 1994, pp. 5-23.

27. Sonia Livingstone, **Making sense of television: the Psychology of salience interpretation,** 2ed. (USA: Routledge, 1998) p. 19.

28. William E. Loges, **Op.Cit,**. pp. 5-23.

29. Denis Mc Qail and Seven Windahle, **Op. Cit.**, p. 113.

30. Barry A. Hollander, Television news exposure and foreign affairs knowledge, **Gazette,** Vol. 59, No. 2 April 1997. pp. 151-161.

31. Glenn Iasher and Michael L. Mc Kean, Using TV news for political information during off year electronics, **Journalism and Mass Media Quarterly,** vol. 74, No. 1 spring 1997. pp. 69-83.

32. Doris A. Graber, **Mass Media and American Politics,** 5ed. (USA: Ca Press, 1997) p. 6.

٣٣. لتعرف طبيعة كل تأثير :

حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة** (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨)، ص ٣٢٠-٣٢٩.

أحمـــد فاروق رضوان، **مدى الاعتماد على وسائل الإعلام العربية الدولية كمصدر للحصول على المعلومات**، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، ٢٠٠٣.ص ص ٩٣-٩٧.

34. James Watson, **Media Communication: an introduction to theory and process** (USA: Mac Millen Press ltd: 1998) p. 65.

35. Katherine Miller, **Op.Cit.**, p250

36. Stanley J. Baran, Dennis K. Devis ,**Op.Cit.**, p. 320.

37. Robert Abelman and David J. Alkin, **The Televiewing Audience** (USA: Hampton Press, inc. 2002) 168.

38. Glenn G. Sparks,**Op.Cit.**, p. 154.

39. Stuart Allan, **Op. Cit.**, p. 123.

تقويم الأداء المهنى للقنوات الفضائية الإخبارية العربية فى ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية

د. عادل عبد الغفار(*)

مشكلة البحث وأهميته :

ترجع معرفة الجمهور العربى بالقنوات الإخبارية العربية إلى نوفمبر من عام ١٩٩٦، حينما بدأ البث الرسمى لقناة الجزيرة بست ساعات يوميا ، تزايدت حتى وصلت إلى ٢٤ ساعة يوميا بدءا من عام ١٩٩٩ . وتبث إرسالها حاليا من خلال ٦ أقمار صناعية تغطى معظم أنحاء العالم ، كما تقدم نشراتها وبرامجها على موقعها بشبكة الإنترنت.(١)

وتقدم قناة الجزيرة نشراتها الإخبارية على مدار الساعة ، كما تقدم عديدًا من البرامج الإخبارية المعنية بشئون الساعة، إضافة إلى عديد من البرامج الثقافية والوثائقية والحوارية الشهيرة التى استطاعت أن تجذب قاعدة عريضة من الجمهور العربى. ويرى البعض فى هذه القناة بديلا إعلاميا جديدا حرك المياه الراكدة فى أداء الإعلام العربى، حيث خرجت هذه القناة عن النمط التقليدى العربى المعتاد فى الأداء الإخبارى.(٢)

ووفقا لقانون إنشائها، فإن قناة الجزيرة تعد قناة مستقلة ذات شخصية معنوية.(٣) وربما قصد من التكييف القانونى لوضع القناة إبعاد صفة الرسمية عنها على المستوى السياسى والمالى والإدارى.(٤) وربما يخالف ذلك معطيات الواقع الفعلى فى أداء القناة على مستوى التوجه والتمويل، ويثير ذلك تساؤلا محوريا ، تسعى الدراسة للإجابة عنه حول تقييم توجهات القناة وتمويلها من وجهة نظر النخبة الإعلامية فى عينة الدراسة.

وشهد شهر أكتوبر من عام ١٩٩٨ بداية البث الرسمى لقناة النيل للأخبار Nile News بمعدل ساعتين يوميا ، تزايدت تدريجيا حتى بلغت ٢٠ ساعة يوميا. وتبث هذه القناة إرسالها رقميا من خلال

(*) مدرس بكلية الإعلام — قسم الإذاعة – جامعة القاهرة .

أربعة أقمار صناعية تغطى المنطقة العربية وأوربا وأفريقيا، والولايات المتحدة.(٥) وتعد قناة النيل للأخبار قـــناة إخبارية رسمية، تعبر عن وجهة النظر المصرية فى مجريات الأحداث المحلية والإقليمية والدولية.(٦) وتقـــدم هـــذه القـــناة عديدًا من نشرات الأخبار ومواجيز الأنباء ، إضافة إلى عدد كبير من البرامج الإخبارية والسياسية التى تناقش قضايا الساعة، وتبرز وجهة نظر مصر حيالها. (٧)

وفى ٢٠ فبراير من عام ٢٠٠٣، بدأ البث الرسمى لقناة العربية الإخبارية، وهى قناة مملوكة جزئيا لمركز تليفزيون الشـــرق الأوسط MBC ، إلى جانب مستثمرين لبنانيين وكويتيين ، وهو ما يعطيها طـــابع الاســـتقلال فى تقديم خدماتها الإخبارية.(٨) وتستهدف هذه القناة تقديم وجهة النظر العربية فى الأحـــداث السياســـية المتلاحقة فى المنطقة.(٩) كما تسعى إلى تقديم الأخبار وقت حدوثها على مدار الســـاعة، وتقدم سلسلة من البرامج التى تعالج القضايا العربية، كما تقدم ما وراء الأحداث من خلال برامج تحليلية متعمقة، وتبث إرسالها من دبى ، وتعتمد فى عملها على نخبة من الإعلاميين العرب.(١٠)

وبعـــد مرور ثمانية أعوام على بدء تجربة القنوات الإخبارية العربية، ودورها البارز فى معالجة الأحـــداث والقضايا المحلية والإقليمية والدولية، وتنامى دورها فى إمداد الجمهور العربى بالمعلومات حـــول الأحداث الجارية ، تأتى أهمية مشكلة هذا البحث التى تتناول تقويم الأداء المهنى للقنوات الإخـــبارية العربية على مستوى تحرير وتقديم وإخراج نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية المقدمة بهـــذه القـــنوات ، وتحديـــد درجة التزامها بتطبيق مبادئ المسئولية الاجتماعية والمهنية فى أدائها الإخبارى ، إضافة إلى تقييم مستوى الكفاءة الإدارية فى تخطيط وتنظيم وإدارة العمل الإعلامى بهذه القنوات ، اعتمادًا على تقييم مخرجات هـــذه القنوات على مستوى النشرات والبرامج الإخبارية ، ومعـــرفة الـــرأى الســـائد حول أساليب التمويل والتوجه السياسى لكل منها، وتأثير ذلك على الاتجاهات نحوها، بغرض الوقوف على أوجه القصور فى أداء هذه القنوات ، وبالتالى تحديد آليات التطوير المستقبلى الذى ينبغى أن تعمل فى ظله هذه القنوات.

وتنبع أهمية مشكلة هذا البحث من طبيعة الموضوع الذى تتناوله، حيث تهتم بتقويم أداء القنوات الإخبارية العربية، كما تنبع أهميتها أيضا من تطبيقها على عينة من النخبة الإعلامية المصرية، وهى نخبة متخصصة ذات صلة مباشرة بالعمل الإخبارى ، وبالتالى ، لديها القدرة أكثر من غيرها على تقديم رؤية موضوعية بشأن تقويم الأداء المهنى لهذه القنوات، كما توظف هذه الدراسة عددًا من النظريات العلمية لخدمة البحث من خلال قياسات منهجية ملائمة ، إضافة إلى تقديم رؤى ومقترحات مستقبلية يمكن أن تسهم فى تطوير الأداء الإعلامى للقنوات الإخبارية العربية.

أهداف البحث : تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- تعرف درجة اعتماد النخبة الإعلامية على القنوات العربية الإخبارية كمصادر للمعلومات.
- تقييم مستوى الأداء المهنى على مستوى نشرات الأخبار والبرامج المقدمة بهذه القنوات .
- تعـــرف الـــتوجهات السياســـية التى تحكم معالجة القنوات الإخبارية العربية للأحداث الجارية، وارتباطها بأساليب التمويل وأنماط الملكية لهذه القنوات.
- تقييم مستوى الكفاءة الإدارية فى القنوات الإخبارية العربية.
- تعرف نقاط القوة والضعف فى أداء القنوات الإخبارية العربية، ومقترحات نخبة الإعلاميين لتطوير الأداء الإخبارى بها.
- تعرف بمجموعة المتغيرات المؤثرة فى تشكيل اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات.

الأطر النظرية للدراسة :

تســـتفيد هـــذه الدراســـة أولا مـــن الأفكار الأساسية التى طرحتها نظرية المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام ، حيث اهتمت هذه النظرية بتحديد الوظائف التى ينبغى أن تقدمها وسائل الإعـــلام لأفـــراد المجتمع ، وتحديد المعايير الأساسية للأداء الإعلامى، إضافة إلى القيم المهنية التى تحكم سلوكيات الإعلاميين فى أداء واجباتهم الوظيفية.[١١]

واهتمت نظرية المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام بالقيم التى ينبغى أن تحكم عملية جمـــع وتحرير الأخبار، وأشارت إلى ضرورة احترام حرمة الحياة الخاصة للأفراد ، مع عدم التفريط فى الكشـــف عـــن أى فساد يهدد المجتمع.[١٢] وأوصت بضرورة الحفاظ على سرية المعلومات التى يؤدى كشفها إلى الضرر بأمن المجتمع واستقراره، وعدم اللجوء إلى وسائل غير شرعية لدفع مصادر المعلومات إلى الإدلاء بالمعلومـــات.[١٣] كما اهتمت هذه النظرية بقيم المعالجة الإعلامية للموضوعات والأحداث والقضـــايا المخـــتلفة ، والـــتى ينبغى أن تشتمل على الصدق ، الدقة ، الشمول (خلفية الحدث ــ الأشـــخاص الفـــاعلين ــ طبيعة الظروف المكانية والزمانية ــ الأبعاد السياسية والاقتصادية للحدث)، والموضوعية بأبعادها المختلفة : (الإسناد ــ التوازن ــ فصل الخبر عن الرأى ــ اللغة المستخدمة).[١٤]

وإذا كان مفهوم الموضوعية الذى تثيره هذه النظرية يعد مفهوما جدليا ، يصعب توافره فى الواقع العمـــلى، حيث يصعب تقديم معالجة إعلامية للأحداث دون تفسير، فإنه يمكن الحديث عن موضوعية

نسبية يمكن اختبارها من خلال عدة أبعاد تشمل : تقديم الحقائق ـ توضيح مصادر المعلومات ـ الفصل بين الخبر والرأى ـ الحياد ـ التوازن فى عرض وجهات النظر.(١٥)

ويسترشـــد الباحث بمعطيات هذه النظرية فى وضع الأسس العلمية التى يمكن على أساسها تقييم درجة المسئولية الاجتماعية والمهنية فى الأداء الإخبارى ، على مستوى تحرير وتقديم وإخراج النشرات والبرامج الإخبارية فى القنوات العربية الإخبارية.

كما يستفيد الباحث من الفروض الأساسية التى تنطلق منها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency فى تحديـــد درجة الأهمية التى تحظى بها القنوات العربية الإخبارية كمصادر للمعلومات فى الظروف العادية ، وفى وقت الأزمات بين أفراد العينة من النخبة الإعلامية، على أساس أن الأفراد يقيمون علاقات اعتماد مع وسائل الإعلام بصفة عامة ، أو وسيلة إعلامية معينة وفقا لحدود أهميتها لهم ، كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية.(١٦)

ويرتبط نجاح وسائل الإعلام بصفة عامة فى تحقيق هذه العلاقة على عاملين أساسيين ، يتصـــل الأول بقـــدرة هـــــذه الوسائل على مواجهـــة احتياجات الأفراد للمعلومات، ويرتبط الثانى بظروف الاســـتقرار فى المجتمع مقابل ظروف عدم الاستقرار خلال الأزمات والصراعات ، حيث يزيد الاعتماد عـــلى وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات إبان الأزمات والكوارث .(١٧) وتتدرج الآثار الناجمة عن اعـــتماد الأفـــراد عـــلى وســـائل الإعلام حيث تبدأ بالآثار المعرفية، تليها الآثار الوجدانية، ثم الآثار السلوكية.(١٨)

إضافة إلى ما تقدم ، فإن هذه الدراسة تستفيد أيضا من نظريات الإدارة الحديثة فى مجال الإعلام، حيـــث تعتمد المؤسسات الإعلامية المختلفة على عدد من المدخلات. تتصل الأولى بالعناصر الأساسية الـــتى لا تستطيع أية مؤسسة إعلامية أن تعمل دونها مثل : الأفراد ، المعدات ، الأموال . وتتصل الثانية بمدخـــلات تسهم إيجابيا فى تحســـين كفاءة التشغيل مثل توظيف التكنولوجيا الحديثة لتطـــوير العمل الإعلامى . وتتصل الثالثة بمدخلات تمس تأثير البناء الثقافى للمجتمع على كفاءة المؤسسات الإعلامية فى إنجاز المهام المكلفة بها ، حيث تساعد الثقافات المتقدمة وسائل الإعلام على العمل بكفاءة.(١٩)

وإذا كانت وظائف الإدارة فى المؤسسات الإعلامية مثلها مثل أية إدارة فى مجالات أخرى تتمثل فى التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة(٢٠)، إلا أن اختلاف طبيعة العمل الإعلامى عن المجالات الأخرى ولا ســـيما فى مجـــال التغطية الإخبارية ، وتعامل الإعلام مع الأحداث الجارية لحظة بلحظة، يجعل من عملية الإدارة بعناصرها المختلفة أحد العوامل الأساسية التى تحقق النجاح للمؤسسات الإعلامية.

وتتمـــثل المشكلة الأساسية فى توظيف مبادئ العلوم الإدارية لتقييم مستوى الكفاءة الإدارية فى القنوات الإخبارية العربية فى صعوبة الحكم على مدى كفاءة مدخلات العمليات الإدارية ، دون معايشة بيـــئة العمل فى هذه القنوات، وأمكن التغلب على هذه المشكلة من خلال إدراج العناصر الملموسة التى يمكن الحكم عليها من خلال المشاهدة التليفزيونية ضمن صحيفة الاستقصاء للحكم عليها، وتقييم بقية العناصر من خلال تقييم مخرجات القنوات محل الدراسة على مستوى النشرات والبرامج.

مراجعة الدراسات السابقة :

أولا: دراسات وبحوث ترتبط بالقنوات الإخبارية العربية :

انتهـــت "ســـلوى إمام" (٢٠٠١) إلى أن قناة الجزيرة تأتى فى مقدمة القنوات العربية الفضائية المفضـــلة لدى الجمهور المصرى.(٢١) كما خلصت "هبة شاهين" (٢٠٠١) إلى أن قناة الجزيرة تأتى فى مقدمة القنوات المفضلة لإمداد الجمهور المصرى بالمعلومات حول الأحداث الجارية من خلال النشرات والـــبرامج الإخبارية.(٢٢) وانتهى "وليد عمشة" (٢٠٠١) من دراسته التحليلية لقناتى الجزيرة ومركز تليفزيون الشرق الأوسط، إلى أن الأخبار المقدمة بكلتيهما تتسم بالحداثة ، كما يبرز فى كلتيهما التوازن فى معالجة الأحداث الدولية ، إضافة إلى أن البرامج الإخبارية تعالج موضوعات تتسم بالآنية والسخونة واللحظية ، والاعتماد النسبى على مبادئ الموضوعية والشمول والتوازن فى المعالجة.(٢٣) وكشفت دراسة "عـــبد الـــرحمن الشامى" (٢٠٠٢) عن أن قناة الجزيرة تأتى فى مقـــدمة المصادر التى يفضل الجمهور الـــيمنى متابعة الأحداث من خلالها(٢٤). وأكدت دراسة أخرى أجراها "محمد الفقيه" (٢٠٠٢) على الجمهـــور الـــيمنى أن قـــناة الجزيرة تأتى فى مقدمة القنوات الإخبارية التى يعتمد عليها أفراد العينة فى الحصـــول على المعلومات حول الأحـــداث الجارية (٢٥). وخلص "عادل عبد الغفار" (٢٠٠٢) إلى أن قـــناة الجزيرة جاءت فى مقدمة مصادر المعلومات العربية التى اعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية فى متابعة أحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها المختلفة .(٢٦) كما انتهت دراسة "حنان سليم" و "حسام سلامة" (٢٠٠٢) إلى أن قناة الجزيرة تقدم الغرب فى نشراتها وبرامجها الإخبارية فى صورة إعلامية يغلب عليها الطابع السلبى.(٢٧)

وانتهـــت دراسة "رحيم مزيد" (٢٠٠٢) حول قناة الجزيرة إلى عدة نتائج، تتمثل أهمها فى تعدد عوامـــل الجـــذب فى المعالجة الإخبارية المقدمة بهذه القناة، وتشتمل على الجرأة فى طرح الموضوعات المختلفة ، والابتعاد عن الرتابة والرسمية ، والاهتمام بقضايا المواطن العربى، والاحتراف فى جمع وتحرير

وتقديم الأخبار. ويقابل هذه المزايا وجود سلبيات عديدة فى ممارسة العمل الإخبارى بهذه القناة تتمثل فى خضوعها للسياسة القطرية فى أحيان كثيرة، وتقديمها لشخصيات إسرائيلية فى معالجاتها الإخبارية ، ودخولها فى حملات إعلامية مع بعض الحكومات العربية ، وتركيزها على الجانب السلبى فى العلاقات العربية – العربية.

وخلصت الدراسة ذاتها إلى أن القائمين بالاتصال فى هـــذه القناة يتمتعون بمستوى خبرة متميز ، وأن لديهم قدرًا كبيرًا من الحرية النســبية فى معالجتهم للأحداث العربية والدولية، كما أشـــارت هذه الدراســة أيضا إلى اتساع جماهيرية قناة الجزيرة كمصــدر للمعلومات بين المواطنين العـــرب داخل الـــدول العربـــية وخارجها ، وفق استطلاعات الرأى العام التى أجريت على عدد من العواصم العربية والدولية .(٢٨)

وانتهت "إيمان جمعة" (٢٠٠٣) من دراستها حول معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشـــامل العراقـــية فى مرحلة ما قبل الحرب على العراق ، إلى أن القناة قدمت إطاراً إيجابيا نحو العراق مقـــابل إطار دلالى سلبى نحو بقية الأطراف (الولايات المتحدة – النظم العربية – المسئولين الغربيين) ، كما أشارت الدراســة إلى تمتع المعالجة الإخبارية حول هـــذه القضية بالموضـــوعية والتوازن إلى حد كبير.(٢٩)

وعـــلى مستوى قناة النيل للأخبار، انتهت "نشوى عقل" (٢٠٠٢) إلى أن هذه القناة تركز فى نشـــراتها وبرامجها الإخبارية على القضايا المحلية الخاصة بمصر، يليها الاهتمام بالقضايا العربية ولا سيما القضـــية الفلســطينية ، كمـــا أكدت الدراسة ذاتها تراجع قيم الفورية والتوازن فى المعالجة الإخبارية للأحـــداث التى تقدمها نشرات الأخبار ، ورصدت هذه الدراسة أهم الضغوط التى يواجهها القائمون بالاتصـــال فى هذه القناة ، وتمثلت فى الضعف التقنى ، وضعف التدريب ، ونقص الموارد ، إضافة إلى الضغوط المهنية والروتين اليومى.(٣٠)

كما انتهت "صفا عثمان" (٢٠٠٢)إلى أن ٥٨% من طلاب الجامعات المصرية فى عينة الدراسة يشـــاهدون القـــنوات الإخبارية،وتأتى قناة الجزيرة فى مقدمة القنوات التى يفضل الشباب مشاهدتها ، وتـــأتى قناة CNN الإخبارية فى المرتبة الثانية، فى حين تأتى قناة النيل للأخبار فى المرتبة الثالثة. كما أكـــدت الدراسة وجود ارتباط بين مشاهدة قناة النيل للأخبار وترتيب أولويات القضايا لدى طلاب الجامعات المصرية بما يتوافق مع أجندة النيل للأخبار.(٣١)

وعـــلى مســـتوى المقارنة بين كفاءة القنوات العربية الإخبارية فى إدارة الأزمات العربية، انتهى "خالد صلاح الدين" (٢٠٠٤) إلى أن القنوات الثلاث (الجزيرة – العربية – النيل للأخبار) تلعب دورًا مـــلحوظًا فى إدارة الأزمات العربية الراهنة ، كما خلصت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة تأتى فى المرتبة الأولى من حيث الانطباع الإيجابي حولها بين أفراد العينة من النخبة المصرية ، فى حين تأتى قناة العربية والنيل للأخبار فى مراتب تالية.[٣٢]

ثانيا: دراسات وبحوث ترتبط بالنخبة فى علاقتها بوسائل الإعلام :

(أ) دراسات ترتبط باستخدامات النخبة لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات:

خلص "Boyd" (١٩٧٨) إلى أن مسئولى الحكومة المصرية يثقون فى الإعلام المحلى، ويعتمدون علـــيه كمصـــدر للمعلومات، فى مقابل ذلك يفضل أفراد النخبة غير الرسمية استخدام وسائل الإعلام الدولـــية والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات .[٣٣] وانتهى "Comadena" & "Bybee" (١٩٨٤) إلى أن أعضاء مجلسي الشيوخ والنواب يعتمدون على الصحف فى المرتبة الأولى كمصدر للحصول على المعلومـــات ، يليها فى ذلك الإذاعة المسموعة ثم التليفزيون.[٣٤] وانتهت دراســة "Comax Cook" وزملائه (١٩٨٣) إلى اختلاف تأثير أجندة الصحف على أجندة النخب المختلفة فى المجتمع الأمريكى ، ففى حين أثرت الأخبار المقدمة فى وسائل الإعلام فى إدراك النخبة الحكومية لأهمية بعض القضايا ، فإنها لم تؤثـــر فى إدراك أهمـــية هـــذه القضايا لدى النخبة من ممثلى المصالح الخاصة.[٣٥] وكشفت دراسة " Anokwa & Salwan" (١٩٨٨) عن وجود ارتباط قوى بين أجندة النخبة وأجندة الصحف فى غانا يفوق ذلك الارتباط بين أجندة الجمهور العام وأجندة الصحف فى المجتمع نفسه[٣٦] .

وعـــلى مستوى الدراسات العربية ، خلص "عادل عبد الغفار" (١٩٩٥) إلى أن النخبة المصرية أكثر تفضيلا لوسائل الاتصال الدولية فى الحصول على المعلومات لمراقبة البيئة مقارنة بوسائل الاتصال المحلية.[٣٧] وتوصلت "سوزان القلينى" (١٩٩٨) إلى نتيجة مغايرة للنتيجة السابقة، حيث جاء التليفزيون المصـــرى فى مقدمـــة مصادر المعلومات التى اعتمدت عليها النخبة المصرية فى استقاء المعلومات حول حـــادث الأقصـــر.[٣٨] وأثبتت دراسة "إيمان الصياد" (٢٠٠٢) أن النخبة المصرية تعتمد على المصادر الدولية فى المرتبة الأولى للحصول على المعلومات أثناء الأزمات والكوارث ، ويأتى اعتمادها على قناة الجزيـــرة فى المرتبة الثانية ، فى حين يأتى اعتمادها على المصـــادر المحلية فى المرتبة الأخيرة.[٣٩] فى حين

خلصـــت "سهام نصار" (٢٠٠٢) إلى تفوق وسائل الإعلام المحلية على وسائل الإعـــلام الأجنبية فى إمداد النخبة المصـــرية بالمعلومات، حول الأحداث المحلية[٤٠] .

(ب) دراسات وبحوث ترتبط بتقييم النخبة لأداء وسائل الإعلام :

انـــتهى "Caspi" (١٩٨١) إلى أن السياســـــيين فى إسرائيل أكثر انتقـــادا لوسائل الاتصـــال الإلكترونية مقارنة بوسائل الاتصال المطبوعة، كما أن التليفزيون كان وسيلة الإعلام الأكثر انتقادًا من جانـــب النخـــبـــة ، حيث يعد أكثر وســـائل الإعلام تحيزا للحـــكومة [٤١] . وخلص "Danke" (٢٠٠٠) إلى وجود علاقة مصالح متبادلة ومتشابكة بين الإعلاميين والسياسيين، وتؤثر هذه العلاقة على نمط تعامل وسائل الإعلام مع قضايا المجتمع[٤٢]. وتوصل "Garrison" (٢٠٠٢) إلى أن الإنترنت تعد مصدرا غير موثوق بالنسبة لكثير من الصحفيين، ولا تحظى بالمصداقية، رغم تزايد الاعتماد عليها بصفة مستمرة[٤٣].

وعـــلى مستوى الدراسات العربية ، خلصت "هويدا مصطفى" (٢٠٠١) إلى أن النخبة المصرية ترى أن ما يخصصه التليفزيون من وقت لعرض برامج الأحزاب السياسية المعارضة أثناء انتخابات مجلس الشعب يعد غير كاف، كما أن توقيت عرض برامج الأحزاب تليفزيونيا غير ملائم للقاعدة العريضة من الجمـــاهير [٤٤]. وانتهت "جيهان يسرى" (٢٠٠٢) إلى أن تغطية التليفزيون المصرى لأحداث وقضايا الإرهاب الدولى جاءت تقريرية من وجهة نظر الإعلاميين، ورأى الإعلاميون فى عينة الدراسة ضرورة تغـــيير شكل ومضمون المعالجة التليفزيونية لمعالجة الأحداث الجارية بما يحقق لها الفورية وسرعة الإيقاع وتقديم وجهات النظر المختلفة حول الأحداث[٤٥].

كما انتهت "هويدا مصطفى" (٢٠٠٢) إلى أن الإعلام المصـــرى لم يف باحتياجات النخبة من المعـــلومـــات بمـــا يـــتوافق مع مستوياتها المعرفية وأنساقها العلمية ، وهـــو ما أدى إلى عدم تأثرها بتوجهات التغطية الإعلامية حول أحداث الحادى عشـــر من سبتمبر [٤٦]. وكشفت دراســـة "أميرة العباســـى" (٢٠٠٣) حول تقييم الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية فى الصحف الخاصة عن وجود عدد من الإيجابيات فى أداء هذه الصحف، تتمثل فى التركيز على موضوعات وقضايا تتجاهلها الصحف القومـــية والحزبـــية، كما أوضحت وجود سلبيات فى أداء الصحف الخاصـــة لعل أهمها سعيها للربح والإعلان على حســـاب القيم المهنية والأخلاقية للصحافة.[٤٧] وأكدت دراســـة "خالد صلاح الدين"

(٢٠٠٣) أن الإعلاميين يرون أن القنوات الخاصة المصرية لا تضطلع بمهام الحفاظ على الهويتين : العربية والإســـلامية، وأنها تتجاوز حدود العادات والتقاليد فى المجتمع ، وإن كانت هذه القنوات تتمتع بقدر واسع من الحرية[٤٨].

(جـ) دراسات وبحوث ترتبط برؤية النخبة لتطوير الأداء الإعلامى :

تناولـــت دراسة "عادل ضيف" (٢٠٠٢) رأى النخبة فى كيفية توظيف الإعلام لتحسين صورة العـــرب والمســـلمين فى الخـــارج، وأكدت الدراسة فكرة المسئولية المشتركة للحكومات والسفارات ووســـائل الإعـــلام فى تحسين ملامح هذه الصورة[٤٩] . كما اهتمت دراسة "محمد رضا" (٢٠٠٢) بالموضوع السابق ذاته ، حيث ترى النخبة المصرية ضرورة توظيف المضمون الإعلامى الموجه للخارج بشـــكل جـــيد، والتنسيق بين الجهات الإسلامية المعنية ، وتفعيل دور التجمعات العربية الإسلامية فى الخارج[٥٠] . كما تناولت دراسة "Lomax cook" (٢٠٠٢) تقييما لكيفية استعطاف النخبة السياسية للرأى العام ، من خلال التصريحات والعبارات التى تنشر للنخبة السياسية فى وسائل الإعلام[٥١].

ثالثا: دراسات وبحوث ترتبط بالأطر النظرية للدراسة :

اعتمدت عدة بحوث ودراسات عربية على نظرية المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام كإطـــار نظـــرى ، يوجـــه هذه البحوث نحو تحقيق أهدافها الخاصة بقياس حدود الالتزام الأخلاقى والاجتماعى والمهنى فى الأداء الإعلامى بوسائل الاتصال المختلفة.

فقد تناول "محمد حسام" (١٩٩٦) أبعاد المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية القومية والحزبية ، وحدود الاختلاف بينهما فى درجة الالتزام الاجتماعى والأخلاقى نحو قضايا المجتمع[٥٢]. كما تناولت "أمل متولى" و"سحر فاروق" (٢٠٠٣) أخلاقيات نشر الجريمة فى الصحافة المصرية، وأهم السلبيات التى تصاحب الأداء الصحفى فى نشـــر الجريمة[٥٣] . وتناولت دراسة "عادل عبد الغفار" و"ســـونيا دبوس" (٢٠٠٣) أخلاقيات الإعلام الطبى فى وسائل الإعلام المصرية، ورصدت أهم السلبيات التى تؤخذ على أداء الإعلام المصـــرى فيما يتصل بالجوانب الصحية والطبيـــة[٥٤] . كما رصـــدت دراسة "عبد الجواد ســـعيد" (٢٠٠٣) أبعـــاد المســـئولية الاجتماعـــية للصحافة المصرية فى معالجة قضايا المجتمع المصرى الاقتصـــادية[٥٥] . وتناولـــت دراســـة "هبة شاهين" (٢٠٠٣) أخلاقيات العمـــل الإخبارى فى مجال الأخبـــار الإذاعية والتليفزيونية بالتطبيق على مصر[٥٦] . كما تناول "عادل عبد الغفار" (٢٠٠٣) أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة بالتطبيق على برامج الرأى المقدمة بها[٥٧] .

وتعددت الدراسات والبحوث التى استخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظرى لها، حيث استخدمت هذا الإطار "عزة عبد العظيم" (١٩٩٣) فى دراســتها حول اعتماد البالغين على التلــيفزيون كمصـــــدر لــلمعلومات حول المخدرات[٥٨] . وخلصت "أمل جابر" (١٩٩٦) إلى أن التلــيفزيون المصرى يعد المصدر الأساسى الذى يعتمد عليه الجمهور فى الحصول على المعلومات حول الأحداث الخارجية[٥٩] . كما انتهى "محمد الفقيه" إلى أن التليفزيون يعد المصدر الأول الذى يعتمد عليه الجمهور اليمنى فى الحصول على المعلومات السياسية[٦٠] . كما أكدت دراسة قامت بها "ليلى حسين" (١٩٩٨) أن التلــيفزيون يعــد المصدر الأساسى الذى يعتمد عليه طلاب الجامعات المصرية فى متابعة الأحـــداث الجارية[٦١] . وأكدت دراسة قام بها "عادل عبد الغفار" (٢٠٠٢) أن التليفزيون المصرى، وقناة الجزيرة ، وتعد قناة CNN الإخبارية أهم المصادر التى اعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية فى متابعة أحداث ١١ سبتمبر وتوابعها[٦٢] .

ويخلص الباحث من استعراض الدراسات والبحوث السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة إلى أهم الملاحظات الآتية :

- أهمية القنوات العربية الإخبارية كمصادر للمعلومات يعتمد عليها الجمهور العام والنخبة فى متابعة الأحداث الجارية .
- تعدد الاتجاهات البحثية لدراسات النخبة فى علاقتها بوسائل الإعلام ، حيث يركز أحد الاتجاهات عـــلى استخدامات النخبة لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات ، ويركز الثانى على تقييم النخبة للأداء الإعلامى ، ويركز الثالث على آراء النخبة فى تطوير الأداء الإعلامى.
- تناولت بعض الدراسات تقييم أداء إحدى القنوات الإخبارية العربية، أو رصد الاتجاهات نحو هذه القنوات بالتطبيق على معالجتها لقضايا بعينها.
- يعد موضوع التقويم المهنى لأداء القنوات العربية الإخبارية مجالا بكرا للبحث ، وهو ما يعطى أهمية لإجراء مثل هذه الدراسة.
- يمكن الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة فى البناء المنهجى للبحث.

فروض الدراسة :

الفرض الأول :

توجـــد علاقة ارتباطية إيجابية بين اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية كمتغير تابع والمتغيرات المستقلة الآتية:

(أ) درجة الالتزام المهنى فى نشرات الأخبار المقدمة بهذه القنوات.

(ب) درجة الالتزام المهنى في البرامج المقدمة بهذه القنوات.

(جـ) درجة الكفاءة الإدارية في إدارة هذه القنوات.

الفرض الثانى :

توجـــد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات في الظروف العادية وفى أوقات الأزمات كمتغير تابع والمتغيرات المستقلة الآتية:

(أ) درجة الالتزام المهنى في نشرات الأخبار المقدمة بهذه القنوات.

(ب) درجة الالتزام المهنى في البرامج المقدمة بهذه القنوات.

(جـ) درجة الكفاءة الإدارية في إدارة هذه القنوات.

الفرض الثالث :

توجـــد اختلافات دالة إحصائيًا بين القنوات الإخبارية العربية ، فيما يتصل بدرجة الالتزام المهنى عـــلى مســـتوى نشرات الأخبار، والبرامج المقدمة بهذه القنوات، ومستوى الكفاءة الإدارية وفقا لآراء النخبة الإعلامية .

الفرض الرابع :

توجد اختلافات دالة إحصائيًا بين القنوات الإخبارية العربية المتخصصة ، فيما يتصل بتقييم أبعاد التوجه السياسى العربى لهذه القنوات وفقا لآراء النخبة الإعلامية.

التعريفات الإجرائية للمفاهيم :

المسئولية المهنية فى الأداء الإخبارى :

درجـــة الالـــتزام المهنى بمبادئ المسئولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية فى العمل الإخبارى على مستوى النشرات والبرامج.

تقويم الأداء المهنى :

تحديد نقاط القوة والضعف فى الأداء المهنى للقنوات الإخبارية العربية، واستخلاص آليات لتطوير العمل بهذه القنوات مستقبلا.

القنوات الإخبارية العربية :

هـــى القـــنوات المتخصصة فى تقديم الخدمة الإخبارية بأشكالها ومضامينها المختلفة على مستوى النشـــرات والـــبرامج الإخبارية والبرامج التى تناقش قضايا الساعة فى كافة المجالات، وتشمل فى هذه الدراسة قنوات: الجزيرة ــ العربية ــ النيل للأخبار.

النخبة الإعلامية :

الإعلامـــيون الأكثر تأثيرا فى مجريات العمل الإعلامى اليومى من قيادات الصف الأول والثانى فى المؤسسات الإعلامية المختلفة (الإذاعة ــ التليفزيون ــ الصحف ــ هيئة الاستعلامات ... إلخ).

التوجه السياسى :

الخـــط السياســـى الذى تنتهجه القنوات الإخبارية العربية فى معالجتها للأحداث والقضايا المحلية والإقليمية والدولية فى نشراتها وبرامجها الإخبارية.

التوجه السياسى العربى :

الـــنهج السياســـى العربى الذى تتبناه القنوات الإخبارية العربية فى معالجة قضايا الوطن العربى، والعلاقات العربية ــ العربية، والعلاقات العربية ــ الدولية.

الكفاءة الإدارية فى العمل الإخبارى :

جودة التخطيط والتنظيم والمتابعة والتقييم فى ممارسة العمل الإخبارى اليومى، والذى تبدو آثاره الواضحة فى مخرجات العمل الإخبارى على مستوى النشرات والبرامج.

الإجراءات المنهجية للدراسة :

(أ) نوع البحث ومنهجه :

يعـــد هذا البحث من الدراسات الوصفية الكمية ، حيث يستهدف تقويم أداء القنوات الإخبارية العربية ، اعتمادا على توظيف منهج المسح فى استقصاء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية لتحديد نقـــاط القـــوة والضعف فى الأداء المهنى للقنوات الإخبارية، واستخلاص آليات واضحة لتطوير الأداء الإخبارى بهذه القنوات مستقبلا .

(ب) مجتمع البحث والعينة :

تطـــبق هذه الدراسة على مجتمع النخبة الإعلامية المصرية فى مجالات العمل المختلفة (الإذاعة ـ التلـــيفزيون ـ الصحف ـ هيئة الاستعلامات ـ إضافة إلى التدريس الأكاديمى الإعلامى) . وتم التركيز عـــلى النخبة الإعلامية تحديدًا فى هذه الدراسة باعتبارها أكثر الفئات المهنية ، التى تستطيع تقييم الأداء المهـــنى للقنوات الإخبارية بحكم الخبرة الوظيفية فى مجال الإعلام، وخلفياتها المعرفية حول حرفية العمل الإعلامـــى فى مجال الأخبار ، وما تتطلبه طبيعة العمل الإعلامى من ضرورة متابعة الأحداث الجارية فى مصـــــادر المعلومات المختلفة ، وبالتـــالى تتنامى لديها القـــدرة أكثر من غيرها على إصدار أحكام موضوعية إلى حد كبير بشـــأن تقييم مستوى الأداء المهنى فى القنوات الإخبارية العربية .

وأجرى الباحث الدراسة المسحية على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من النخبة الإعلامية المصرية فى مجـــالات العمـــل الإعلامى المختلفة، وتم استخدام أسلوب العينة المتساوى فى تحديد حصة كل مجال إعلامى من إجمالى عدد مفردات العينة حيث يصعب استخدام أسلوب العينة المتناسب، فى ضوء غياب احصـــائيات دقـــيقة عن عدد العاملين فى كل تخصص من التخصصات التى شملتها الدراسة المسحية . ويوضح الجدول التالى تفاصيل توزيع العينة.

توزيع عينة الدراسة

التخصص	إذاعة	تليفزيون		الصحف			هيئة الاستعلامات	التدريس الأكاديمى	الإجمـــالى
		حكومى	خاص	قومية الأهرام	حزبية الوفد	خاصة صوت الأمة		كلية الإعلام جامعة القاهرة	
حجم العينة	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٠٠

وتم اختيار مفردات كل تخصص وفق أسلوب العينة المتاحة للإعلاميين الذين أمكن مقابلتهم من قيادات الصف الثانى، أو الإعلاميين فى الدرجات الوظيفية الأقل ، حيث تم التركيز على التخصصات الوظيفية ذات الصلة بالعمل الإخبارى، وتوزعت عينة الدراسة على مستوى التعليم إلى ٧٥% من حملة المؤهلات العليا ، و٢٥% من الحاصلين على الدراسات العليا. وعلى مستوى النوع جاء تمثيل الذكور بنسبة ٦٧% مقابل ٣٣% للإناث.

(جـ) أداة جمع البيانات واختبارات الصدق والثبات :

اعتمد الباحث على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات ، وركزت الصحيفة على عدة محاور ترجمت أهداف الدراسة، وتمثلت فى قياس درجة اعتماد النخبة الإعلامية على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات ، وقياس درجة الالتزام المهنى بمبادئ المسئولية الاجتماعية والمهنية فى إعداد وتقديم وإخراج النشرات والبرامج بهذه القنوات، حيث أعد الباحث مقياسًا مكونًا من إحدى وعشرين عبارة لقـياس درجة الالتزام المهنى فى نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية ، على مستوى عدة عناصـر شملت التنوع والتوازن فى النشرة، القيم المهنية فى نشرات الأخبار، تحرير الأخبار وتقديمها ، الصـورة التليفزيونـية ودعم الأخبار. كما تم إعداد مقياس مكون من سبع عشرة عبارة لقياس درجة الالـتزام المهـنى فى البرامج المقدمة بهذه القنوات على مستوى عدة عناصر شملت إعداد البرامج، تقديم البرامج، الإخراج والصورة، إضافة إلى التفاعل مع الجمهور. وطلب الباحث من أفراد العينة تقييم درجة توافـر كـل سمـة من السمات التى يتضمنها المقياس بالنسبة للأداء الإخبارى على مستوى النشرات والـبرامج، ويعطى المبحوث ثلاث درجات فى حالة الإجابة (نعم) ، ويعطى درجتان فى حالة الإجابة (إلى حد ما) ، ويعطى درجة واحدة فى حالة الإجابة (لا) تمهيداً لعمل مقاييس تجميعية ، تعطى صورة إجمالية حول تقييم الأداء المهنى فى القنوات الإخبارية العربية على مستوى النشرات والبرامج.

كمـا تضـمنت صحيفة الاستقصاء مقاييس تستهدف تقييم مستوى الكفاءة الإدارية، التوجه السياسـى العـربى، ونظـم التمويل والملكية فى هذه القنوات، وتحديد نقاط القوة والضعف فى أدائها الإخبارى، وآليات التطوير التى يمكن توظيفها مستقبلا لتطوير أداء هذه القنوات.

ولاختـبار قـدرة صحيفة الاستقصاء على قياس ما استهدف قياسه [٦٣] ، عرضها الباحث على مجموعة من الخبراء فى مناهج البحث وموضوع الدراسة[٦٤] . كما قام الباحث بعمل اختبار قبلى Pre-Test على صحيفة الاستقصاء بتطبيقها على ٦ من المعيدين والمدرسين المساعدين بكلية الإعلام[٦٥] .

إضـــافة إلى عمــــل اختبار بعدى Re-Test لاختبار معدل الثبات للصحيفة ، واتضح تطابق إجابات المـــبحوثين الذين تعاملوا مع صحيفة الاستقصاء فى المرتين : الأولى والثانية(٦٦) ، وهو ما يعنى ارتفاع نسبة الثبات، وبالتالى صلاحية أداء القياس لتحقيق أهداف الدراسة.

(د) جمع البيانات الميدانية ومراجعتها :

جمعـــت البيانات الميدانية لهذه الدراسة خلال النصف الأول من شهر إبريل لعام ٢٠٠٤ ، بمعاونة مجموعـــة من باحثى الدراسات العليا فى مرحلتى الماجستير والدكتوراه(٦٧) . وأعقب ذلك مراجعة هذه البيانات تمهيدا لمعالجتها إحصائيا باستخدام الحاسب الآلى.

(هـــ) المعالجة الإحصائية للبيانات :

استخدم الباحث البرنامج الإحصائى SPSS فى معالجة البيانات إحصائيا باستخدام الحاسب الآلى، واعتمد الباحث على عدة معاملات إحصائية أسهمت فى اختبار فروض الدراسة ، شملت :

- اختبار "كوكران" (Cochran's) للمقارنة بين متغير ثنائى القيمة (Dichotomous Variable) فى ثلاث مجموعات مرتبطة أو أكثر.
- اختـــــبار "فـــريدمان" أو ما يطلق عليه تحليـــل التباين ثنائى الاتجاه لـــ "فريدمان" (Friedman Two- Way Anova) : للمقارنة بين متغير ما فى ثلاث مجموعات مرتبطة أو أكثر .
- معامل ارتباط "بيرسون" لمعرفة اتجاه وقوة العلاقة بين متغيرين.

نتائج الدراسة واختبارات الفروض

أولا : النتائج العامة للدراسة :

مشاهدة النخبة الإعلامية للقنوات الإخبارية العربية :

جدول (١) : درجة حرص النخبة الإعلامية على مشاهدة القنوات الإخبارية العربية .

درجة المشاهدة / القنوات الإخبارية	يشاهدها بانتظام		يشاهدها بشكل غير منتظم		لا يشاهدها		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجزيرة	١١٣	٦٥,٥	٧٣	٣٦,٥	١٤	٧	٢٠٠	١٠٠
العربية	٤٧	٢٣,٥	١١٣	٥٦,٥	٤٠	٢٠	٢٠٠	١٠٠
النيل للأخبار	٧٩	٣٩,٥	٨٨	٤٤	٣٣	١٦,٥	٢٠٠	١٠٠

يتضـــح مـــن جدول (١) أن قناة الجزيرة تأتى فى المرتبة الأولى بين القنوات الإخبارية العربية من حيث درجة الحرص على مشاهدهما بين أفراد النخبة الإعلامية المصرية، حيث يشـــاهدها ٩٣% من أفراد العينة، بينهم ٥٦% يشـــاهدونها بصفة منتظمة ، و٣٦,٥% بصفة غير منتظمة. وتأتى قناة النيل للأخبار فى المرتبة الثانية بنسبة مشاهدة بلغت ٨٣,٥% ، موزعة بين المشـــاهدة المنتظمة (٣٩,٥%) والمشـــــاهدة غير المنتظمة (٤٤%) . فى حين جاءت درجـــة الحرص على مشاهدة قناة العـــربية فى المرتبة الثالثة بنسبة مشـــاهدة بلغت ٨٠% ، موزعة بين المشـــاهدة المنتظمة (٢٣,٥%) وغير المنتظمة (٥٦,٥%) .

أهمية القنوات الإخبارية العربية كمصادر لمعلومات النخبة الإعلامية:

جدول (٢): درجة أهمية القنوات الإخبارية العربية كمصدر لمعلومات النخبة الإعلامية فى الظروف العادية.

درجة الأهمية كمصدر للمعلومات / القنوات الإخبارية	مهمة		مهمة إلى حد ما		غير مهمة		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجزيرة	١٦١	٨٦,٦	٢٢	١١,٨	٣	١,٦	١٨٦	١٠٠
العربية	٧٦	٤٧,٥	٧٥	٤٦,٩	٩	٥,٦	١٦٠	١٠٠
النيل للأخبار	٧٣	٤٣,٧	٧٥	٤٤,٩	١٩	١١,٤	١٦٧	١٠٠

نخلص من جدول (٢) إلى أن قناة الجزيرة تأتى فى المرتبة الأولى من حيث الأهمية كمصدر لإمداد النخبة الإعلامية المصرية بالمعـــلومات فى الظـــروف العادية على مســـتوى القنوات الإخبارية العـــربية (٨٦,٦%) ، يليهـــا من حيث الأهمية قناة العـــربية (٤٧,٥%) ، ثم قناة النيل للأخبار (٤٣,٧%).

أهمية القنوات الإخبارية العربية كمصادر لمعلومات النخبة الإعلامية أثناء الأزمات

جدول (٣) : درجة أهمية القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات وقت الأزمات(*) .

أنواع الأزمات	الأزمات المحلية			الأزمات العربية			الأزمات الدولية		
درجة الأهمية / القنوات الإخبارية	مهمة	مهمة إلى حد ما	غير مهمة	مهمة	مهمة إلى حد ما	غير مهمة	مهمة	مهمة إلى حد ما	غير مهمة
الجزيرة	٤٤,٦	٤٠,٩	١٤,٥	٨١,٧	٨,٦	٩,٧	٨٠,١	٩,٧	١٠,٢
العربية	٢٥	٥١,٢	٢٣,٨	٥٢,٥	٣٤,٤	١٣,١	٥٠,٦	٣١,٩	١٧,٥
النيل للأخبار	٦٣,٣	٢٧,٥	٩	٣١,٧	٤٤,٣	٢٤	٣٥,٩	٣٤,٧	٢٩,٤

يلاحظ من جدول (٣) أن قناة النيل للأخبار تعد أهم القنوات الإخبارية العربية التى يعتمد عليها أفراد النخبة الإعلامية فى حالة وجود أزمات محلية خاصة بمصر بنسبة ٦٣,٣% ، وبفارق واضح عـــن قـــناتى الجزيـــرة (٤٤,٦%) والعربية (٢٥%) ، ويعكس ذلك أهمية قناة النيل للأخبار للنخبة الإعلامـــية المصـــرية فى متابعة القضايا المحلية الخاصة بالمجتمع المصرى. كما يلاحظ أيضا من الجدول السابق، أن قناة الجزيرة تأتى فى المرتبة الأولى من حيث أهميتها كمصدر لمتابعة الأزمات العربية والدولية معاً ، ويليها فى ذلك قناة العربية، ثم تأتى قناة النيل للأخبار فى المرتبة الأخيرة .

(*) تم حســـاب النسب المئوية على أساس إجمالى عدد المبحوثين الذين يشاهدون كل قناة، وبلغ ١٨٦ مفردة لقناة الجزيرة، و١٦٠ مفردة لقناة العربية ، و١٦٧ مفردة لقناة النيل للأخبار.

اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية :

جدول (٤) : اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية .

نوع الاتجاه / القنوات الإخبارية	إيجابي		محايد		سلبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجزيرة	١٢٧	٦٨,٣	٣٧	١٩,٩	٢٢	١١,٨	١٨٦	١٠٠
العربية	٨٦	٥٣,٨	٦٤	٤٠	١٠	٦,٢	١٦٠	١٠٠
النيل للأخبار	٨٨	٥٢,٧	٥٤	٣٢,٣	٢٥	١٥	١٦٧	١٠٠

يوضح جدول (٤) تباين اتجاهات أفراد العينة من النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية، حيث تأتى قناة الجـــزيرة فى مقدمة القنوات الإخبارية من حيث الاتجاه الإيجابى نحوها ، حيث يوجـــد اتجاه إيجابى نحوها بين ثلثى أفراد العينـــة (٦٨,٣%) ، وتأتى قناة العـــربية فى المرتبة الثانية من حيث الاتجاهات الإيجابية (٥٣,٨%) ، وتأتى قناة النيـــل للأخبار فى المرتبة الأخيرة ، بفارق ضئيل عن قناة العربية (٥٢,٧%) .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة التى اهتمت برصد اتجاهات الجمهور المصرى نحو وسائل الإعلام المختلفة ، من حيث أهميتها كمصادر للمعلومات، والاعتماد عليها فى الظروف العادية وفى وقت الأزمات ، حيث انتهت "هبه شاهين" إلى أن قناة الجزيرة تأتى فى مقدمة القنوات التى تمد الجمهور المصرى بالمعلومات[٦٨]. وخلصت "سلوى إمام" إلى أن قناة الجزيرة تأتى فى مقدمـــة القنوات الفضائية المفضلة لدى الجمهور المصرى[٦٩].وانتهى "محمد الفقيه" إلى أن قناة الجزيرة تأتى فى مقدمة مصادر معلومات الجمهور اليمنى لمتابعة الأحـــداث الجارية[٧٠]. وخلص "رحيم مزيد" إلى اتســـاع جماهيريـــة قـــناة الجزيرة كمصدر للمعلومات بين المواطنين العـــرب داخل الوطن العربى وخارجـــة[٧١] . وتتفق أيضا مع نتائج دراسة "خالد صلاح" التى توصلت إلى تفوق قناة الجزيرة على قـــناتى العربـــية والنـــيل للأخـــبار من حيث الانطباعات الإيجابية للنخبة حـــولها فيما يتصل بإدارة الصراعات[٧٢].

تقييم الأداء المهنى فى نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية :

قام الباحث بتقييم مستوى الأداء المهنى فى نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية،من خلال آراء عينة النخبة الإعلامية عن طريق مقياس يشتمل على ٢١ عبارة تعكس درجة الالتزام المهنى فى مجال الممارسة على مستوى نشرات الأخبار ، وطلب من المبحوثين تحديد درجة توافر كل سمة من السمات التى تعكسها عبارات المقياس فى كل قناة إخبارية من القنوات الثلاث التى خضعت للدراسة (الجزيرة ــ العربية ــ النيل للأخبار)، وفى حالة الإجابة (نعم) تحصل القناة على ٣ درجات فيما يتصل بدرجة توافر السمة، ودرجتين فى حالة توافرها بشكل متوسط ، ودرجة واحدة فى حالة عدم توافرها على الإطلاق . وأعقب ذلك قيام الباحث بعمل متوسط حسابى لدرجة توافر كل سمة من السمات التى تعكس درجة الالتزام المهنى ، بهدف تسهيل عرض نتائج الدراسة من خلال أرقام بسيطة يسهل فهمها ، كما تعطى مجالا واضحًا للمقارنة بين القنوات الثلاث على مستوى كل سمة من سمات الأداء المهنى الإخبارى ؛ علما بأن المتوسط الحسابى تم حسابه على أساس إجمالى عدد أفراد العينة الذين يشاهدون كل قناة (١٨٦ مفردة للجزيرة ، ١٦٠ مفردة للعربية، ١٦٧ مفردة لقناة النيل للأخبار) ويوضح الجدول التالى أهم ما انتهت إليه نتائج الدراسة ، فيما يتصل بتقييم مستوى الأداء المهنى فى نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية.

جدول (٥) : تقييم النخبة الإعلامية لمستوى الأداء المهنى فى نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية .

عناصر التقييم	القنوات الإخبارية العبارات التى تعكس عناصر التقييم المهنى	الجزيرة المتوسط الحسابى لدرجة الالتزام المهنى	العربية المتوسط الحسابى لدرجة الالتزام المهنى	النيل للأخبار المتوسط الحسابى لدرجة الالتزام المهنى
التنوع والتوازن فى النشرة	تنوع أخبار النشرة من حيث المضمون (سياسى-علمى- اقتصادى).	٢,٧	٢,٥	٢,٤
	تتوازن أخبار النشرة بين المحلى والعربى والدولى .	٢,٣	٢,٢	٢,٢
	تتوازن أخبار النشرة بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية .	١,٩	١,٩	٢,٢
	تتنوع مصادر أخبار النشرة بين المحلى والعربى والأجنبى .	٢,٥	٢,٣	٢,٣
القيم المهنية فى نشرات الأخبار	الفورية فى تغطية الأحداث حال وقوعها .	٢,٩	٢,٥	١,٩
	التوازن فى عرض وجهات النظر المختلفة نحو الأحداث .	٢,١	٢,٣	٢
	الفصل بين الحقائق والآراء فى تقديم الأحداث .	٢,١	٢,٢	٢,١
	إسناد الوقائع والأحداث إلى مصادرها .	٢,٦	٢,٤	٢,٣
	استخدام لغة متوازنة غير متحيزة فى عرض الأحداث .	١,٩	٢,٣	٢,٣
تحرير الأخبار وتقديمها	تستخدم لغة بسيطة وسليمة وواضحة فى صياغة الأخبار .	٢,٧	٢,٦	٢,٦
	يخلو تقديم الأخبار من الأخطاء اللغوية الشائعة .	٢,٥	٢,٤	٢
	تقدم الأخبار بشكل ينطوى على الجاذبية والحيوية .	٢,٨	٢,٥	٢
	ترتب الأخبار فى النشرة وفقا لأهميتها.	٢,٨	٢,٦	٢
	يتميز الإخراج الفنى للنشرة بالجودة الفنية .	٢,٨	٢,٦	٢,٩
الصورة التليفزيونية	الاستعانة بالأفلام الحية من مواقع الأحداث .	٢,٩	٢,٧	٢
	الاستعانة بالمواد الأرشيفية لدعم الأخبار .	٢,٨	٢,٦	٢,٣
	الاستعانة بالرسومات والخرائط .	٢,٦	٢,٣	٢
	الاستعانة بالصور الثابتة .	٢,٤	٢,٣	٢,٤
دعم الأخبار	الاستعانة بتقارير المراسلين فى عواصم العالم .	٢,٩	٢,٨	٢,٤
	الاستعانة بالخبراء العرب لتفسير الأحداث وشرحها .	٢,٩	٢,٦	٢,٢
	الاستعانة بالخبراء الأجانب لتفسير الأحداث وشرحها .	٢,٧	٢,٣	١,٦

نخلص من الإحصائيات التى يقدمها جدول (٥) إلى أهم النتائج الآتية :

- تـــأتى قـــناة الجزيرة فى مقدمة القنوات الإخبارية العربية من حيث مستوى الأداء المهنى فى نشرات الأخـــبار ، وتتفوق فى ذلك بشكل ملحوظ على قناتى : العربية والنيل للأخبار، وتمثلت أهم القيم المهنية فى الأداء الإخبارى بهذه القناة فى: الفورية فى تغطية الأحداث حال وقوعها، الاستعانة بالأفلام الحـــية من مواقع الأحداث ، من خلال جهود المراسلين، الاستفادة من الخبراء العرب والأجانب فى تفسير الأحداث ، وتقديم الأخبار بشكل ينطوى على الجاذبية.

- جاءت قناة العربية فى المرتبة الثانية من حيث درجة الالتزام المهنى فى الأداء الإخبارى بنشرات الأخبار الـــتى تقدمهـــا القناة بعد قناة الجزيرة. ويلاحظ من معطيات الجدول السابق أن العربية تقترب من مستوى الأداء المهنى الذى يميز قناة الجزيرة. وسجلت هذه القناة أفضل درجات الالتزام المهنى لديها من وجهة نظر الإعلاميين فى الاستعانة بتقارير المراسلين حول الأحداث التى تقدمها نشرات الأخبار، ومـــا يترتب على ذلك من تقديم أفلام حية من مواقع الأحداث ، تثرى نشرة الأخبار وتجعلها أكثر جاذبية، والاستفادة من الخبراء العرب والأجانب فى تفسير الأحداث التى تقدمها النشرات الإخبارية، إضـــافة إلى الإخراج الفنى المتميز، وتوظيف الصورة التليفزيونية على نحو يساعد فى جذب الجمهور لمشاهدة النشرة ومتابعتها.

- جاءت قناة النيل للأخبار فى مؤخرة القنوات العربية الإخبارية من حيث مستوى الأداء المهنى بنشرات الأخـــبار بوجه عام ، وإن لوحظ تفوق النيل للأخبار على قناتى الجزيرة والعربية فيما يتصل بتوازن أخـــبار النشرة بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية، وقدرة القناة على استخدام لغة متوازنة غير متحـــيزة فى معالجـــة الأحـــداث، وهى من القيم المهمة التى ينبغى الحرص عليها فى ممارسة العمل الإخبارى.

ويمكـــن عرض النتائج الخاصة بتقييم المستوى المهنى فى الأداء الإخبارى الخاص بنشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية ، من خلال مقياس تجميعى يوضح صورة مقارنة للقنوات الثلاث من خـــلال جـــدول (٦) ، تم استخلاصـــه على أساس درجات المبحوثين على مقياس العبارات الذى تم

ستخدامه لتقييم مستوى الأداء المهنى، والذى أوضحه الجدول السابق، وتتراوح الدرجات التى يحصل ليها المبحوثون بين ٢١ درجة (الحد الأدنى للدرجات) ، و٦٣ درجة (الحد الأقصى للدرجات)، وتم نســيم المــبحوثين وفقًا للدرجات التى يحصلون عليها إلى ثلاثة مستويات: تقييم ضعيف لأداء القناة تتراوح درجاته بين ٢١- ٣٤ ، وتقييم متوسط لأداء القناة وتتراوح درجاته بين ٣٥- ٤٩ ، وتقييم ــيد لأداء القناة وتتراوح درجاته بين ٥٠ ـ ٦٣، وبناء على هذه الدرجات تم تقسيم المبحوثين وفقًا قييمهم لمستوى الأداء المهنى بنشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية إلى ثلاث فئات، ترى لأولى مــنها أن مستوى الأداء المهنى بهذه القنوات جيد، وترى الفئة الثانية أنه متوسط ، فى حين ترى ثالثة أنه ضعيف .

ــدول (٦) : نــتائج المقياس التجميعى لتقييم مستوى الأداء المهنى فى نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية .

مستوى التقييم / القنوات الإخبارية	جيد		متوسط		ضعيف		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجزيرة	١٤٧	٧٩	٣٧	١٩,٩	٢	١و١	١٨٦	١٠٠
العربية	٩٩	٦١,٩	٥٧	٣٥,٦	٤	٢,٥	١٦٠	١٠٠
النيل للأخبار	٥٢	٣١,١	٩٩	٥٩,٣	١٦	٩,٦	١٦٧	١٠٠

وتؤكــد نتائج هذا الجدول باستخدام المقياس التجميعى نتائج الجدول السابق (٥)، حيث تتفوق ناة الجزيرة بشكل واضح على قناتى العربية والنيل للأخبار فيما يتصل بتقييم مستوى الأداء المهنى لديها ى نشرات الأخبار ، حيث يرى ٧٩% من المبحوثين الذين يشاهدونها أنها تتمتع بمستوى جيد فى أدائها لهنى على مستوى النشرات ، ويرى ٢٠% أنها متوسطة المستوى، فى حين ترى مفردة واحدة فقط أنها ضعيفة المستوى. وتأتى قناة العربية فى المرتبة الثانية من حيث درجة الالتزام المهنى فى نشرات الأخبار ، حيــث يرى ٦١,٩% من المبحوثين الذين يشاهدونها أنها جيدة فى أدائها المهنى ، ويرى ٣٥,٦% أنها توسطة المستوى. وتأتى قناة النيل للأخبار فى المرتبة الأخيرة، حيث يرى ٣١,١% فقط أنها متوسطة ســتوى فى أدائها المهنى، فى حين ترى الأغلبية (٥٩,٣%) أنها متوسطة المستوى، كما يرى ١٠% تقريبا أنها ضعيفة المستوى.

وتـــتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة ، حيث انتهى "رحيم مزيد" إلى أن قناة الجزيرة تتسم فى أدائها الإخبارى بالتركيز على قيم الصراع والفورية والجاذبية والإثارة(٧٣) . كما انتهى "خالد صلاح" إلى تفوق قناة الجزيرة على قناتى العربية والنيل للأخبار ، فى ملامح إدارتها للصراعات العربية بالتطبيق على أزمة العراق، والجدار الفاصل فى الأراضى المحتلة(٧٤) . كما خلصت "إيمان جمعة" إلى التزام قناة الجزيرة بدرجات مرتفعة من التوازن والموضوعية فى معالجتها لقضية أسلحة الدمار الشامل العراقية فى فترة ما قبل الحرب على العراق(٧٥) . كما أثبتت دراسة "نشوى عقل" تراجع قيم الفورية فى تغطية الأحـــداث ، والـــتوازن فى عـــرض وجهات النظر، كما أوضحت الدراسة تعدد الضغوط المهنية التى يواجهها القائم بالاتصال فى قناة النيل للأخبار(٧٦) .

تقييم النخبة الإعلامية لمستوى الأداء المهنى فى البرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية :

يعرض جدول (٦) لآراء النخبة الإعلامية فى عينة الدراسة حول تقييم مستوى الأداء المهنى للبرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية ، من خلال عدة عناصر شملت: الإعداد والتقديم والإخراج والتفاعل مع الجمهور.

جدول (٧) : تقييم النخبة الإعلامية لمستوى الأداء المهنى فى البرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية(*).

عناصر التقييم	القنوات الإخبارية / العبارات التى تعكس عناصر التقييم المهنى	الجزيرة	العربية	النيل للأخبار
		المتوسط الحسابى لدرجة الالتزام المهنى	المتوسط الحسابى لدرجة الالتزام المهنى	المتوسط الحسابى لدرجة الالتزام المهنى
إعداد البرامج	تتسم القضايا المطروحة بالحداثة والمعاصرة .	٢,٩	٢,٧	٢,٥
	تتسم القضايا المطروحة بالأهمية والتنوع .	٢,٨	٢,٦	٢,٣
	تتسم المعالجة المقدمة للقضايا بالعمق .	٢,٧	٢,٤	٢
	الجرأة فى طرح كافة أبعاد القضايا المعالجة .	٢,٨	٢,٤	١,٧
	ملاءمة تخصص الضيوف للقضايا المطروحة .	٢,٧	٢,٥	٢,٢
تقييم البرامج	يتميز المذيعون بمهارات تفاعل جيدة مع الجمهور .	٢,٨	٢,٥	١,٩
	يتصف المذيعون بالجرأة والحرية في معالجة القضايا .	٢,٨	٢,٥	١,٧
	يمتلك المذيعون خلفية ثقافية جيدة حول القضايا المطروحة .	٢,٨	٢,٥	١,٩
	يدير المذيعون الحوارات مع الضيوف بشكل جيد .	٢,٧	٢,٥	٢,١
	هناك توازن في طرح أبعاد القضايا وتوزيع الوقت بين ضيوف البرنامج .	٢,٤	٢,٣	٢,١
الإخراج والصورة	يتم توظيف الصورة التليفزيونية لخدمة القضايا المعالجة.	٢,٨	٢,٥	٢,١
	تستخدم الفواصل لتخفيف الملل .	٢,٧	٢,٥	٢,٢
	يستخدم الإبهار في الإخراج التليفزيونى .	٢,٦	٢,٣	١,٧
	يوجد تكامل بين النص المكتوب وحديث الصورة .	٢,٧	٢,٥	٢,١
التفاعل مع الجمهور	توجد وسائل اتصال جيدة بالجمهور .	٢,٧	٢,٤	١,٩
	يعبر المشاركون من الجماهير عن آرائهم بحرية .	٢,٧	٢,٤	١,٧
	هناك اهتمام بأسئلة ومداخلات الجمهور .	٢,٦	٢,٣	١,٩

(*) تم حساب المتوسط الحسابى لدرجة الالتزام المهنى فى البرامج المقدمة بالقنوات العربية الإخبارية وفقًا لإجمالى عـــدد أفراد العينة ، الذين يشاهدون كل قناة من القنوات محل الدراسة (الجزيرة : ١٨٦ مفردة ، العربية : ١٦٠ مفردة ، النيل للأخبار : ١٦٧ مفردة).

نخلــــص من جدول (٧) الخاص بتقييم النخبة الإعلامية فى عينة الدراسة لمستوى الأداء المهنى فى البرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية إلى أهم النتائج الآتية:

- تـــأتى قناة الجزيرة فى المرتبة الأولى من حيث مستوى الأداء المهنى فى إعداد وتقديم وإخراج البرامج المخـــتلفة ، التى تقدمها القناة مقارنة بالقنوات الإخبارية العربية الأخرى، وسجلت هذه القناة أعلى درجات الالتزام المهنى لديها فى اختيار قضايا تتسم بالحداثة والمعاصرة لمعالجتها فى برامجها الإخبارية ، وتتميز هذه القضايا بالأهمية والتنوع، والجرأة فى طرح كافة أبعاد القضايا المعالجة من جانب المذيعين، إضافة إلى التوظيف الجيد للصورة التليفزيونية والإخراج.
- جاءت قناة العربية فى المرتبة الثانية من حيث درجة الالتزام المهنى فى أدائها البرامجى بعد قناة الجزيرة، وسجلت أعلى درجات التزامها المهنى فى اختيارها لقضايا تتسم بالحداثة والأهمية والتنوع، إضافة إلى الأداء الجيد للمذيعين ، والاختيار الملائم للضيوف.
- تأتى قناة النيل للأخبار فى المرتبة الأخيرة على مستوى الأداء المهنى البرامجى، وتمثلت أهم نقاط ضعفها فى عـــدم الجـــرأة فى طرح كافة أبعاد القضايا المطروحة فى برامجها، وعدم إتاحة مساحة واسعة من الحـــرية للقـــائمين بالاتصال فيها، إضافة إلى ضعف وسائل الاتصال بالجمهور، وعدم إتاحة الحرية الكافية لجمهور المشاركين فى التعبير عن آرائهم.

وتـــتأكد هـــذه النتائج من معطيات جدول (٨) ، الذى يستخدم المقياس التجميعى لآراء النخبة الإعلامية فى تقييم المستوى المهنى للبرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية.

جدول (٨) : نتائج المقياس التجميعى لتقييم مستوى الأداء المهنى للبرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية .

مستوى التقييم / القنوات الإخبارية	جيد		متوسط		ضعيف		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجزيرة	١٦٦	٨٩,٢	١٥	٨,١	٥	٢,٧	١٨٦	١٠٠
العربية	١١٦	٧٢,٥	٣٤	٢١,٣	١٠	٦,٣	٦٠	١٠٠
النيل للأخبار	٤٧	٢٨,١	٦٩	٤١,٣	٥١	٣٠,٥	١٦٧	١٠٠

وتـــتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات السابقة التى اهتمت بتحليل محتوى البرامج الإخبارية فى القنوات الإخبارية العربية، حيث خلصت هبة شاهين إلى أن برنامج الاتجاه المعاكس الذى تقدمه الجزيرة يحظى بجماهيرية عريضة بين الجمهور المصرى نظراً لاهتمامه بالقضايا العربية ، وتنوع الآراء المقدمة به،

واعتماده على المناظرة التى تجذب قطاعات عريضة من المشاهدين[٧٧] . كما انتهى وليد عمشه إلى أن القضـــايا المقدمة فى برامج قناة الجزيرة تتسم بالآنية واللحظية والسخونة ، كما تلتزم البرامج فى هذه القناة بالاعتماد النسبى على مبادئ الموضوعية والتوازن وشمول المعالجة[٧٨] . وخلصت إيمان جمعة أيضا إلى التزام برامج الجزيرة نسبيا بمبادئ الموضوعية والتوازن فى معالجة قضية أسلحة الدمار الشامل العراقية قبل الحرب على العراق[٧٩] .

تقييم مستوى الكفاءة الإدارية فى أداء القنوات الإخبارية العربية:

جـــدول (٩) : تقييم النخبة الإعلامية فى عينة الدراسة لمستوى الكفاءة الإدارية فى أداء القنوات الإخبارية العربية(*) .

القنوات الإخبارية	الجزيرة			العربية			النيل للأخبار		
مستوى الكفاءة / عناصر الكفاءة الإدارية	جيد	متوسط	ضعيف	جيد	متوسط	ضعيف	جيد	متوسط	ضعيف
كفاءة العنصر البشرى (معد– مقدم – مخرج).	٩٣	٤,٣	٢,٧	٧٠	٢٥,٦	٤,٤	٣٥,٣	٥٤,٥	١٠,٢
الإمكانات التكنولوجية .	٩٥,٦	٢و٢	٢و٢	٨٠	١٦,٢	٣,٨	١٥	٥٣,٩	٣١,١
الإمكانات المالية .	٩٤,١	٦و١	٤,٣	٨٠	١٤,٤	٥,٦	١٠,٨	٤٧,٩	٤١,٣
مستوى الأداء العام .	٩٠,٩	٦,٤	٢,٧	٧٢,٥	٢٤,٤	٣,١	٢٥,١	٥٥,٧	١٩,٢
التطوير في الشكل والمضمون .	٨٠,٦	١٥,١	٤,٣	٦١,٩	٣٢,٥	٥,٦	٢٥,٧	٤٣,٧	٣٠,٦
الكفاءة في إدارة الأزمات .	٩٠,٩	٤,٨	٤,٣	٧٠	٢٤,٤	٥,٦	٢٥,١	٤٨,٥	٢٦,٤

يوضح جدول (٩) تقييم أفراد النخبة الإعلامية فى عينة الدراسة لمستوى الكفاءة الإدارية فى أداء القـــنوات الإخبارية العربية ، من خلال التركيز على العناصر الإدارية الملموسة، والتى يمكن تقييمها من خـــلال مشاهدة نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية، فى ضوء خبرة الإعلاميين بما يحدث فى بيئة العمل الإخبارى.

ويتضـــح مـــن هذا الجدول وجود تفوق واضح وملحوظ لقناة الجزيرة على قناتى العربية والنيل للأخـــبار عـــلى مســـتوى كافة العناصر الإدارية الواردة فى التقييم ، والتى شملت العنصر البشرى ، والإمكانـــات التكنولوجية، والإمكانات المالية، ومستوى الأداء العام، والتطوير فى الشكل والمضمون، إضافة إلى الكفاءة فى إدارة الأزمات.

(*) يلاحظ أن النسب المئوية الواردة بالجدول تم حسابها على أساس إجمالى عدد المبحوثين الذين يشاهدون كل قناة (١٨٦ مفردة للجزيرة ، ١٦٧ مفردة للنيل للأخبار ، و١٦٠ مفردة للعربية).

ويلاحـــظ أيضـــا من معطيات الجدول السابق تمتع قناة العربية بمستوى جيد من حيث الكفاءة الإدارية وفقا لآراء النخبة الإعلامية فى عينة الدراسة ، أما قناة النيل للأخبار فيلاحظ اتسامها بمستوى متوسط من حيث الكفاءة الإدارية، وفقا لآراء النخبة الإعلامية فى عينة الدراسة.

كمـــا يلاحظ من الجدول السابق أن أهم نقاط الضعف فى الجوانب الإدارية لقناة النيل للأخبار تتمثل فى ضعف الإمكانات المالية، وضعف الإمكانات التكنولوجية ، إضافة إلى تواضع مستوى التطوير فى الشكل والمضمون للخدمة الإخبارية المقدمة بها.

تقييم جوانب الملكية والتمويل فى القنوات الإخبارية العربية :

جدول (١٠) : تقييم النخبة الإعلامية لجوانب الملكية والتمويل فى القنوات الإخبارية العربية .

عناصر التقييم	القنوات الإخبارية / العناصر الفرعية للتقييم	الجزيرة		العربية		النيل للأخبار	
		ك	%	ك	%	ك	%
الملكية	ملكية حكومية .	٢٢	١١,٨	١١	٦,٩	١٦٧	١٠٠
	ملكية خاصة .	٩٩	٥٣,٣	٩٥	٥٩,٤	-	-
	غير واضح .	٤٦	٢٤,٧	٢٥	١٥,٦	-	-
	لا أعــرف .	١٩	١٠,٢	٢٩	١٨,١	-	-
	الإجمـــالى .	١٨٦	١٠٠	١٦٠	١٠٠	١٦٧	١٠٠
مصادر التمويل	تمويل حكومى رسمى .	٢٠	١٠,٨	٩	٥,٦	١٦٧	١٠٠
	تمويل خاص .	٧٨	٤١,٩	٩٠	٥٦,٢	-	-
	تمويل من جهات أجنبية .	٢٨	١٥,١	٦	٣,٨	-	-
	لا أعــرف .	٦٠	٣٢,٢	٥٥	٣٤,٤	-	-
	الإجمـــالى .	١٨٦	١٠٠	١٦٠	١٠٠	١٦٧	١٠٠

نخلـــص من جدول (١٠) إلى أن نصف أفراد العينة تقريبا (٥٣,٣%) يرون أن قناة الجزيرة ذات ملكـــية خاصة، ويرى ربع أفراد العينة (٢٤,٧%) أن أسلوب ملكيتها غير واضح ، فى حين تنقســم بقية الآراء بين الملكية الحكومية (١١,٨%) وعدم المعـــرفة (١٠,٢%)، ويتضح فى ضوء هذه النتائج أن نمط ملكية قناة الجزيرة لا يزال مثار جدل ونقاش ، وليس هناك رأى قاطع بين أفراد النخبة الإعلامية حول هذا النمط .

ويســـود رأى بين الأغلبية (٦٠%) مفاده : أن قناة العـــربية ذات ملكية خاصة ، فى حين يرى ١٥,٦% مـــن أفراد العينة أن نمط ملكيتها غير واضح ، ويرى ٧% أنها ذات ملكية حكومية، وتزداد نسبة من لا يعرفون نمط ملكيتها بالضبط إلى ١٨%.

ويختـــلف الأمر بالنسبة لقناة النيل للأخبار ، حيث يجمع أفراد العينة على أنها قناة حكومية على مستوى الملكية ، وعلى مستوى التمويل أيضا، بنسبة ١٠٠% .

كما يلفت الجدول السابق النظر إلى أن ١٥% من أفراد العينة يرون أن قناة الجزيرة تتلقى تمويلا مـــن جهات أجنبية، ويرى ١٠,٨% أنها تتلقى تمويلا من الحكومة القطرية ، فى حين يرى ٤٢% أنها تحصل على تمويل خاص.

وتعتمد قناة العربية على التمويل الخاص كما يرى ٥٦,٢% من أفراد العينة ، فى حين ترى نسبة بســـيطة ٥,٦% أنها تحصل على دعم حكومى، أو تمويل من جهات أجنبية ٣,٨% ، وتزداد نسبة من ليست لديهم رؤية واضحة بشأن أساليب تمويل قناتى الجزيرة والعربية معًا ؛ لتصل إلى ٣٢% ، ٣٤% على التوالى.

تقييم التوجه السياسى والتوجه العربى فى أداء القنوات الإخبارية العربية :

جدول (١١) : مفردات لتقييم التوجه السياسى والتوجه العربى .

عناصر التقييم	الفضائيات الإخبارية / العناصر الفرعية للتقييم	الجزيرة ك	الجزيرة %	العربية ك	العربية %	النيل للأخبار ك	النيل للأخبار %
التوجه السياسى	توجه سياسى رسمى .	١٩	١٠,٢	١٦	١٠	١٣٥	٨٠,٩
	توجه سياسى شبه رسمى .	٥٠	٢٦,٨	٦٠	٣٧,٤	٢٥	١٤,٩
	توجه خاص .	٩٩	٥٣,٢	٥٨	٣٦,٣	–	–
	لا أعـــرف .	١٨	٩,٦	٢٦	١٦,٣	٧	٤,٢
	الإجمـــالى .	١٨٦	١٠٠	١٦٠	١٠٠	١٦٧	١٠٠
التوجه العربى	تدعم التعاون العربى– العربى .	٤٧	٢٥,٣	٦٨	٤٠,٥	١٢١	٧٢,٥
	تدعم التعاون العربى– الدولى .	٤٨	٢٥,٨	٥٤	٣٣,٨	٥٥	٤٥,٥
	تخدم مصالح أجنبية .	٥٣	٢٨,٥	٧	٤,٤	٣	١,٨
	لا أعـــرف .	٥٠	٢٦,٩	٣٨	٢٣,٨	١٦	٩,٦
	الإجمـــالى .	١٨٦	–	١٦٠	–	١٦٧	–

نخلص من الجدول السابق إلى أهم النتائج الآتية:

- تعد قناة النيل للأخبار أكثر القنوات الإخبارية العربية وضوحًا فى تبنيها لتوجه سياسى وعربى واضح، فالقناة على المستوى السياسى تتبنى توجها رسميا (٨٠,٩%) أو شبه رسمى (١٤,٩%) يعكس وجهة النظر الرسمية فى الأحداث الجارية. كما تسعى القناة إلى دعم التعاون العربى ـ العربى (٧٢,٥%) ، إضافة إلى دعم التعاون العربى ـ الدولى (٤٥,٥%).

- يثير التوجه السياسى والعربى لقناة الجزيرة اختلاف فى وجهات النظر بين المبحوثين من أفراد النخبة الإعلامــية فى عيــنة الدراسة ، ففى حين يرى نصف أفراد العينة تقريبا (٥٣,٢%) أنها ذات توجه سياســى خاص ، تنقسم بقيــة الآراء بين من يراها ذات توجه ســياسى رسمى (١٠%) أو توجه شبه رسمى (٢٦,٨%) لصالح الحكومة القطرية . وتنطبق الملحوظة نفسها على قناة العربية التى تنقسم الآراء بشأن تقييم توجهها السياسى، حيث ترى نسبة ٣٦,٣% أنها ذات توجه خاص، وترى نسبة ٤٧% أنها ذات توجه رسمى أو شبه رسمى.

- يلفــت الجدول السابق النظر إلى ملحوظة جوهرية تتعلق بتقييم النخبة للتوجه العربى لقناة الجزيرة، ففى الوقت الذى يرى ٢٥,٣% من المبحوثين أنها تدعم التعاون العربى- العربى، ويرى ٢٥,٨% أنها تدعم التعاون العربى ـ الدولى، ترى نسبة غير بسيطة (٢٨,٥%) أن قناة الجزيرة تخدم مصالح أجنبية فى المنطقة.

وتنوه هذه النتائج إلى الجدل الثائر فى الأوساط الإعلامية العربية حول قناة الجزيرة منذ بدء إرسالها فى نوفمــبر ١٩٩٦، حيــث تباينــت الآراء بشــأنها، فمن ناحية يشكك الكثيرون فى أهداف القناة وارتباطاتها ومصادر تمويلها وتوجهاتها السياسية، ووصل الأمر إلى الاتهام الصريح للقناة بالعمل لصالح جهــات أجنبــية . فى الوقت الذى يرى فيه آخرون أن هــذه القناة حركت الميــاه الراكدة فى أداء الإعلام العــربى ، ودفعت عديدًا من القنوات العــربية إلى التطوير والتغيير، فى محاولة لمنافستها ، أو عــلى الأقل لحفظ ماء الوجــه إزاء ما يوجه إلى تلك القنوات من انتقــادات بالسطحية والنمطية فى الأداء[٨٠] .

ويفسر الباحث هذا الاختلاف فى وجهات النظر بشأن قناة الجزيرة فى ضوء نتائج الدراسة الحالية التى أجريت على نخبة من الإعلاميين فى المجالات الإعلامية المختلفة، والتى أثبتت ارتفاع المستوى المهنى الــذى تحظــى به القناة على مستوى الأداء الإخبارى فى النشرات والبرامج الإخبارية ، حيث الحرية

الواســـعة ، العمق فى المعالجة، الفورية فى التغطية ، تميز القائمين بالاتصال، شبكة المراسلين التى تغطى معظـــم عواصـــم العـــالم، التوظيف الجيد للصورة التليفزيونية من خلال تقديم الأفلام الحية من مواقع الأحـــداث. كل هذه المزايا أضفت إعجابًا على أداء القناة على مستوى النشرات والبرامج ، وطرحت من خلال هـــذا المستوى الجيد بديلا إعلاميا جيدا لم يعهـــده الجمهور العربى فى بيئة الإعـــلام العربى من قبل .

وفى الوقـــت ذاته ، فإن هناك عديدًا من علامات الاستفهام التى تثير الجدل حول أداء القناة لعل أهمهـــا إتاحة فرصة واسعة لشخصيات ومسئولين إسرائيليين للحديث من خلال هذه القناة، إضافة إلى التركـــيز على الجوانب السلبية فى العلاقات العربية – العربية ، والدخول فى حملات إعلامية ضد بعض الأنظمة والحكومات العربية. صحيح أن ذلك يمكن تفسيره فى ضوء إتاحة الفرصة أمام كافة الأطراف الفاعلة فى الأحداث للتعبير عن وجهة نظرها، إلا أن ذلك يعتبره الكثيرون نوعا من الدعوة إلى التطبيع مـــع إســـرائيل ، فى وقت تشتد فيه ظروف الخناق على الشعب الفلسطينى من جانب قوات الاحتلال الإسرائيلى ، والملحوظة ذاتها تنطبق على الوضع فى العراق . كما أن العالم العربى فى حالته الحالية ليس فى حاجه إلى من يعمق جراحه الحالية ، بقدر ما هو فى حاجه ماسة إلى من يضمد هذه الجراح . ووفقا لهذه الأطروحات .. فإن القناة مدعوة إلى إعادة النظر فى نهجها السياسى العربى للحفاظ على ما حققته مـــن نجـــاح مهـــنى، سعيا وراء استمرار قوتها كمصدر مهم لإمداد الجمهور العربى بالمعلومات حول الأحداث الجارية.

ثانيا: نتائج اختبارات الفروض :

اختبار الفرض الأول :

توجـــد علاقـــة ارتباطـــية إيجابية بين اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية كمتغير تابع والمتغيرات المستقلة الآتية :

(أ) درجة الالتزام المهنى فى نشرات الأخبار المقدمة بهذه القنوات .

(ب) درجة الالتزام المهنى فى البرامج المقدمة بهذه القنوات .

(جـــ) درجة الكفاءة الإدارية فى إدارة هذه القنوات .

جـــدول (١٢) : الارتـــباط بين اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية ودرجة الالتزام المهنى فى الأداء الإخبارى وكفاءتها الإدارية .

الاتجاه نحو القنوات الإخبارية / تقييم مستوى الأداء المهنى	العينة	المعنوية	الاتجاه نحو الجزيرة	الاتجاه نحو العربية	الاتجاه نحو النيل للأخبار
			قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون
تقييم المستوى المهنى لنشرات الجزيرة .	١٨٦	٠,٠٠	٠,٣٣	–	–
تقييم المستوى المهنى لنشرات العربية .	١٦٠	٠,٠٠	–	٠,٥١	–
تقييم المستوى المهنى لنشرات النيل .	١٦٧	٠,٠٠	–	–	٠,٥١
تقييم المستوى المهنى لبرامج الجزيرة .	١٨٦	٠,٠٢	٠,١٧	–	–
تقييم المستوى المهنى لبرامج العربية .	١٦٠	٠,٠٠	–	٠,٢٥	–
تقييم المستوى المهنى لبرامج النيل .	١٦٧	٠,٠٠	–	–	٠,٣٨
كفاءة الإدارة فى الجزيرة .	١٨٦	٠,٠٠	٠,٢١	–	–
كفاءة الإدارة فى العربية .	١٦٠	٠,٠٠	–	٠,٣٥	–
كفاءة الإدارة فى النيل للأخبار .	١٦٧	٠,٠٠	–	–	٠,٣٧

نخلص من جدول (١٢) إلى وجود ارتباط إيجابى بين اتجاهات أفراد العينة من النخبة الإعلامية نحو القـــنوات الإخبارية العربية ، وتقييمهم لمستوى الأداء المهنى فى نشرات الأخبار ، والبرامج المقدمة بهذه القـــنوات ، كمـــا يوجد الارتباط ذاته بين اتجاهات المبحوثين نحو القنوات الإخبارية العربية وتقييمهم لمســـتوى الكفـــاءة الإدارية فى أداء هذه القنوات، وتثبت هذه النتائج صحة الفرض الأول للدراسة ، ويـــتأكد مـــن خلال ذلك أن مستوى الأداء المهنى على مستوى النشرات والبرامج، ومستوى الكفاءة الإداريـــة فى أداء القـــنوات الإخبارية العربية ، من العوامل المهمة التى تؤثر فى تشكيل اتجاهات النخبة الإعلامية نحو هذه القنوات.

اختبار الفرض الثانى :

توجـــد علاقـــة ارتباطية إيجابية بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات فى الظروف العادية ، وفى أوقات الأزمات كمتغير تابع والمتغيرات المستقلة الآتية :

(أ) درجة الالتزام المهنى فى نشرات الأخبار المقدمة بهذه القنوات.

(ب) درجة الالتزام المهنى فى البرامج المقدمة بهذه القنوات .

(جـ) درجة الكفاءة الإدارية فى إدارة هذه القنوات.

يعرض الجدول التالى (١٣) نتائج اختبار الفرض الثانى للدراسة باستخدام معامل ارتباط "بيرسون" لمعرفة قوة واتجاه الارتباط بين متغيرين ، ونخلص من نتائج هذا الجدول إلى الآتى:

- توجـد علاقـة ارتباط إيجابية بين الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية كمصدر للمعلومات فى الظروف العادية وتقييم مستوى الأداء المهنى لنشرات الأخبار والبرامج المقدمة بهذه القنوات، إضافة إلى تقييم مستوى الكفاءة الإدارية فى أدائها الإخبارى ، وتوجد هذه العلاقة الارتباطية الإيجابية على مسـتوى القنوات الثلاث محل الدراسة (الجزيرة- العربية ـ النيل للأخبار) ، ويمكن القول فى ضوء هـذه النتـيجة أنـه كلما كان تقييم الأداء المهنى والإدارى للقنوات الإخبارية العربية إيجابيا ، زاد الاعتماد عليها من قبل النخبة الإعلامية كمصدر للمعلومات لمتابعة الأحداث الجارية.

- توجـد علاقة ارتباط إيجابية بين الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات حول الأزمات المحلية وتقييم مستوى الأداء المهنى والإدارى لهذه القنوات فى أدائها الإخبارى ، على مستوى القنوات الثلاث (الجزيرة ـ العربية ـ النيل للأخبار)، وإن ظهر بشكل واضح قوة هذا الارتباط على مستوى قناتى النيل للأخبار والجزيرة.

- توجـد علاقة ارتباط إيجابية بين الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات حول الأزمات العربية والدولية وتقييم مستوى الأداء المهنى والإدارى فى أداء القنوات الإخبارية، ويستثنى مـن ذلـك عـدم وجود علاقة بين تقييم المستوى المهنى لنشرات الأخبار فى قناة الجزيرة وأهميتها كمصدر للمعـلومات فى الأزمات العـربية والدولية ، وربما يرتبط ذلك وفق النتـائج التى قدمها جـدول (١١) بوجود شك لدى بعض أفراد النخبة فى التوجهات السياسية للجزيرة.

ونخلص من هذه النتائج إلى ثبوت صحة الفرض الثانى للدراسة ، ويتأكد من ذلك أن تميز الأداء المهنى على مستوى النشرات والبرامج فى القنوات الإخبارية، إضافة إلى كفاءتها الإدارية فى تسيير العمل الإخـبارى اليومى يعد من المتغيرات المهمة التى تؤثر بشكل واضح على درجة اعتماد النخبة الإعلامية على هذه القنوات كمصادر للمعلومات ، فى الظروف العادية وفى أوقات الأزمات.

جدول (١٣) : الارتباط بين اعتماد النخبة على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات وتقيمهم لمستوى الأداء المهنى للنشرات والبرامج والكفاءة الإدارية .

طبيعة الظروف	الظروف العادية			ظروف الأزمات المحلية			ظروف الأزمات العربية			ظروف الأزمات الدولية		
الاعتماد على القنوات الإخبارية	الجزيرة	العربية	النيل للأخبار	الجزيرة	العربية	النيل للأخبار	الجزيرة	العربية	النيل للأخبار	الجزيرة	العربية	النيل للأخبار
تقيم مستوى الأداء المهنى	بيرسون	بيرسون	بيرسون	بيرسون	بيرسون	بيرسون	بيرسون	بيرسون	بيرسون	بيرسون	بيرسون	بيرسون
تقييم نشرات الجزيرة	٠,٢١	–	–	٠,٢٦	–	–	٠,٠٧	–	–	٠,١٢	–	–
تقييم نشرات العربية	–	٠,٣١	–	–	٠,١٨	–	–	٠,٣٢	–	–	٠,٣٤	–
تقييم نشرات النيل	–	–	٠,٤١	–	–	٠,٢١	–	–	٠,٤٤	–	–	٠,٥٦
مستوى المعنوية	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٢	٠,٠٠	٠,٣٦	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,١١	٠,٠٠	٠,٠٠
تقييم برامج الجزيرة	٠,٢٦	–	–	٠,١٦	–	–	٠,٢٠	–	–	٠,١٥	–	–
تقييم برامج العربية	–	٠,١٨	–	–	٠,١٣	–	–	٠,١٩	–	–	٠,٢٥	–
تقييم برامج النيل	–	–	٠,٤٣	–	–	٠,٢٤	–	–	٠,٤٤	–	–	٠,٤٧
مستوى المعنوية	٠,٠٠	٠,٠٢	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠١	٠,٠٠	٠,٠٤	٠,٠٠	٠,٠٠
الكفاءة الإدارية للجزيرة	٠,٢٤	–	–	٠,٢٣	–	–	٠,٢٢	–	–	٠,٢٢	–	–
الكفاءة الإدارية للعربية	–	٠,٢٨	–	–	٠,١٤	–	–	٠,٢٤	–	–	٠,٢٩	–
الكفاءة الإدارية للنيل	–	–	٠,٣٧	–	–	٠,١٨	–	–	٠,٣١	–	–	٠,٣٨
مستوى المعنوية	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠
حجم العينة	١٨٦	١٦٠	١٦٧	١٨٦	١٦٠	١٦٧	١٨٦	١٦٠	١٦٧	١٨٦	١٦٠	١٦٧

اختبار الفرض الثالث :

توجد اختلافات دالة إحصائيًا بين القنوات الإخبارية العربية فيما يتصل بدرجة الالتزام المهنى على مستوى نشرات الأخبار ، البرامج ، ومستوى الكفاءة الإدارية ، وفقا لآراء النخبة الإعلامية.

جـدول (١٤) : الاخـتلافات بـين القنوات الإخبارية على مستوى الأداء المهنى فى النشرات والبرامج والإدارة(*).

التقييم	القناة	العدد	المتوسط الحسابي	الإغراق المعيارى	قيمة	درجة الحرية	مستوى المعنوية	ملاحظات
نشرات الأخبار	الجزيرة	١٢٩	٥٣,٨	٥,٨	٨٥,٤	٢	٠,٠٠	توجد اختلافات دالة إحصائيا
	العربية	١٢٩	٥١,٣	٦,٩				
	النيل	١٢٩	٤٤,٨	٨,٤				
البرامج	الجزيرة	١٢٩	٤٦,٥	٦,٤	١٦٢,٨	٢	٠,٠٠	توجد اختلافات دالة إحصائيا
	العربية	١٢٩	٤٢,٢	٧,١				
	النيل	١٢٩	٣٣,٤	٨,٤				
الكفاءة الإدارية	الجزيرة	١٢٩	١٧,٤	١,٧	١٨٧,٥	٢	٠,٠٠	توجد اختلافات دالة إحصائيا
	العربية	١٢٩	١٦,٢	٢,٤				
	النيل	١٢٩	١١,٥	٣,٢				

لاختـــبار مدى وجود اختلافات دالة إحصائيًا بين القنوات الإخبارية العربية فيما يتصل بدرجة الالتزام المهنى على مستوى النشرات ، البرامج ، والكفاءة الإدارية ، استخدم الباحث اختبار "فريدمان" لتحليل التباين ذى الاتجاه الواحد ، والذى يستخدم للمقارنة بين متغير ما فى ثلاث مجموعات أو أكثر .

وتدل النتائج المستخلصة من تطبيق هذا الاختبار على وجود اختلافات دالة إحصائيا بين القنوات الإخبارية الثلاث على مستوى درجة الالتزام المهنى فى نشرات الأخبار، حيث تشير المتوسطات الحسابية إلى تفـــوق لصـــالح قناة الجزيرة ، تليها قناة العربية ثم قناة النيل للأخبار بمتوسطات (٥٣,٨، ٥١,٣،

(*) يلاحظ أن أفراد العينة الذين قاموا بتقييم القنوات الثلاث على مستوى النشرات والبرامج والكفاءة الإدارية بلـــغ ١٢٩ مفـــردة ، وهم الذين طبق عليهم الاختبار، حيث يشترط أن يقيم البحوث القنوات الثلاث فى الوقت نفسه .

٤٤,٨) عــلى التوالى عند مستوى معنوية ٠,٠٥، ودرجة حرية ٢. كما تؤكد نتائج الجدول السابق النتيجة ذاتها على مستوى البرامج المقدمة بهذه القنوات، إضافة إلى انطباقها أيضا على مستوى الكفاءة الإدارية فى القنوات الثلاث محل الدراسة.

ونخلــص من هذه النتائج إلى ثبوت صحة الفرض الثالث للدراسة ، حيث تأكد وجود اختلافات دالة إحصائيا بين القنوات الثلاث على مستوى درجة التزامها المهنى وكفاءتها الإدارية وفقا لآراء النخبة الإعلامية.

اختبار الفرض الرابع :

توجــد اختلافات دالة إحصائيا بين القنوات الإخبارية العربية فيما يتصل بتقييم أبعاد التوجه السياسى العربى لهذه القنوات وفقا لآراء النخبة الإعلامية .

جدول (١٥) : الاختلافات فى التوجه السياسى العربى للقنوات الإخبارية العربية .

أبعاد التوجه السياسى العربى / القنوات الإخبارية	التعاون العربى العربى		التعاون العربى– الدولى		تخدم مصالح أجنبية	
	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا
الجزيرة	٣٤	٩٥	٣٣	٩٦	٣٩	٩٠
العربية	٥٨	٧١	٤٧	٨٢	٦	١٢٣
النيل للأخبار	٩١	٣٨	٤٢	٨٧	١	١٢٨
قيمة Q	٦٣,٠٠		٥,٢١		٦٣,٩	
درجة الحرية	٢		٢		٢	
مستوى المعنوية	٠,٠٠		٠,٠٧		٠,٠٠	
العينة	١٢٩(*)		١٢٩		١٢٩	

اعــتمد الباحث على اختبار "كوكران" Cochran's ، والذى يستخدم للمقارنة بين متغير ثنائى القــيمة فى ثلاث مجموعات مرتبطة ، بغرض تعرف مدى وجود اختلافات دالة إحصائيا بين القنوات الإخبارية العربية فيما يتصل بتقييم النخبة الإعلامية لتوجهاتها السياسية العربية.

(*) يلاحظ أن عدد أفراد العينة الذين شاركوا فى تقييم القنوات الثلاث فى الوقت نفسه بلغ ١٢٩ مفردة، وهو العدد الذى طبق عليه الاختبار ، حيث يشترط أن يقيم المبحوث القنوات الثلاث فى الوقت نفسه .

ونخلص من نتائج جدول (١٥) إلى وجود اختلافات دالة بين القنوات الثلاث على مستوى دعمها لعلاقات التعاون العربى – العربى، لصالح قناة النيل للأخبار فى المرتبة الأولى- تليها قناة العربية ، ثم قناة الجزيرة فى المرتبة الأخيرة ، وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة حرية ٢.

كمـــا توجـــد اختلافات دالة إحصائيا بين القنوات الثلاث على مستوى رأى النخبة فى خدمتها لمصـــالح أجنبية ، لصالح قناة النيل للأخبار ؛ حيث يرى المبحوثون أن قناة النيل للأخبار لاتخدم مصالح أجنبية فى المنطقة ، فى حين ترى نسبة ملحوظة أن قناة الجزيرة تخدم مصالح أجنبية ، وترى نسبة ضعيفة جدا أن قناة العربية ربما تخدم مصالح أجنبية فى المنطقة، عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة حرية٢. كما يلاحـــظ عدم وجود مثل هذه الاختلافات الدالة إحصائيا على مستوى دعم القنوات الثلاث لعلاقات التعاون العربى – الدولى .

ثالثا : تطوير الأداء بالقنوات الإخبارية العربية : رؤية مستقبلية :

يعـــد تطويـــر الأداء المستقبلى للقنوات الإخبارية العربية أحد الأهداف الأساسية التى سعى هذا البحـــث إلى تحقـــيقها ، فى ضـــوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية ذات الصلة المباشرة بالعمل الإخبارى بحكم مواقعها الوظيفية وطبيعة عملها الإعلامى.

وسعيا وراء تقديم هذه الرؤية من منظور موضوعى ، يعتمد أساسا على رؤية النخبة الإعلامية من واقـــع متابعتها للقنوات الإخبارية العربية ، طرح الباحث على أفراد العينة فى نهاية صحيفة الاستقصاء ســـؤالين، يرتـــبط أولهما بالإيجابيات التى يراها فى أداء القنوات الإخبارية العربية وينبغى الاستمرار فى تعزيـــزها مستقبلا، ويرتبط ثانيهما بالمآخذ التى يراها على أداء هذه القنوات ، وينبغى التخلص منها ؛ حـــتى يمكـــن إحداث طفرة حقيقية فى الأداء المستقبلى لها، يعرض الباحث لنتائج هذين السؤالين بعد ترميزهما ووضعهما فى فئات تقبل التحليل الكمى.

الجوانب الإيجابية فى أداء القنوات الإخبارية العربية :

جدول (١٦) : الجوانب الإيجابية فى أداء القنوات الإخبارية العربية فى ضوء آراء النخبة الإعلامية .

القنوات الإخبارية العربية / الجوانب الإيجابية فى الأداء الإخبارى	الجزيرة		العربية		النيل للأخبار	
	ك	%	ك	%	ك	%
التغطية الفورية للأحداث وتحقيق السبق	١٣٧	٣٨,٨	٦٠	٢٥,١	٣٥	١٥,٢
الصحفى .	٦٩	١٩,٥	١٠	٤,٢	٢٣	٩,٩
التعمق فى معالجة الأحداث والقضايا .	٣٣	٩,٣	١٩	٧,٩	١١	٤,٨
الامكانات التقنية المتميزة والإبهار فى الإخراج .	٢٢	٦,٣	٥١	٢١,٣	١١	٤,٨
لديها شبكة ضخمة من المراسلين فى أنحاء العالم .	٢٠	٥,٧	٣٦	١٥,١	١٢	٥,٢
تتسم بالموضوعية والحرية والتوازن فى الأداء .	١٩	٥,٤	٩	٣,٨	١٢	٥,٢
لديها طاقم متميز من المذيعين وفريق الإعداد .	١٠	٢,٨	–	–	–	–
تحرص على مشاركة الجماهير فى برامجها .	١٥	٤,٣	١٧	٧,١	١٢	٥,٢
تعالج موضوعات وقضايا متنوعة .	١٢	٣,٤	١٤	٥,٩	٦٠	٢٥,٩
تقدم أفلامًا تسجيلية ووثائقية متميزة .	١٦	٤,٥	١٢	٥	١٢	٥,٢
تستضيف شخصيات تلائم ما تطرحه من قضايا .	–	–	٤	١,٧	٨	٣,٥
العقلانية والهدوء فى إدارة الأزمات .	–	–	٧	٢,٩	١٩	٨,٢
صدق التوجه العربى فى معالجتها للأحداث .	–	–	–	–	١٦	٦,٩
تهتم بالأخبار التى تخدم المصالح المحلية .						
الإجمـــالى	٣٥٣	١٠٠	٢٣٩	١٠٠	٢٣١	١٠٠

الجوانب السلبية فى أداء القنوات الإخبارية العربية :

جدول (١٧) : الجوانب السلبية فى أداء القنوات الإخبارية العربية فى ضوء آراء النخبة الإعلامية .

القنوات الإخبارية العربية / سلبيات الأداء الإخبارى	الجزيرة		العربية		النيل للأخبار	
	ك	%	ك	%	ك	%
مهاجمة الأنظمة والحكومات العربية .	٤٣	١٥,٢	–	–	–	–
لا تبرز السلبيات داخل قطر .	١٦	٥,٧	–	–	–	–
الأداء الاستفزازى لبعض المذيعين .	٢٢	٧,٨	–	–	–	–
زيادة انفعال المذيعين فى الأداء .	٤١	١٤,٥	–	–	–	–
اتجاهها السياسى غير محدد وغامض .	٧٨	٢٧,٦	١٨	٢٠,٨	–	–
تسعى إلى تحقيق السبق الصحفى على حساب الدقة .	١٥	٥,٣	–	–	–	–
النمطية والرتابة فى العرض .	٨	٢,٨	١٨	٢٠,٨	٢٤	١١,٨
الاستعانة بشخصيات إسرائيلية كمصادر .	١٣	٤,٦	–	–	–	–
تشاؤمية لاتقدم بارقة أمل .	١٩	٦,٧	–	–	–	–
غير محايدة فى معالجة الأحداث .	١٤	٤,٩	١٣	١٤,٧	١١	٥,٤
نبرتها الإعلامية غير قوية .	–	–	١٨	٢٠,٢	–	–
ضعف كفاءة العنصر البشرى .	٨	٢,٨	٨	٩	١١	٥,٤
سطحية المعالجة .	٦	٢,١	٦	٦,٧	١٥	٧,٤
تبنى وجهة نظر رسمية فى معالجة الأحداث .	–	–	٨	٩	٥٣	٢٦,١
ضعف مستوى التكنولوجيا المستخدمة .	–	–	–	–	٤٦	٢٢,٧
عدم مواكبة الأحداث .	–	–	–	–	٢٤	١١,٨
ضعف شبكة المراسلين .	–	–	–	–	١٩	٩,٤
الإجمـــــالى	٢٨٣	١٠٠	٨٩	١٠٠	٢٠٣	١٠٠

يوضح الجدول السابق أن أكثر المآخذ التى تراها النخبة الإعلامية على أداء قناة الجزيرة تتمثل فى توجهها السياسى الغامض وغير الواضح، ومهاجمتها للحكومات والأنظمة العربية، وزيادة حدة انفعال بعض مذيعيها فى تقديم البرامج، كما أنها تغمض عينيها عن السلبيات داخل قطر .

وتتمثل أهم المآخذ على أداء قناة العربية فى غموض توجهها السياسى ، ونمطية ورتابة الأداء بها، وصوتها الإعلامى الضعيف ، إضافة إلى عدم حيادها فى معالجة الأحداث .

كمـــا تتمـــثل أهـــم المآخذ على أداء قناة النيل للأخبار فى تبنيها لوجهة النظر الرسمية فى معالجة الأحداث ، وضعف مستوى التكنولوجيا الحديثة المستخدمة بها، ورتابة ونمطية الأداء بها، إضافة إلى عدم مواكبتها للأحداث ، وضعف شبكة المراسلين بها .

وفى ضـــوء استعراض نتائج الجدولين السابقين حول إيجابيات وسلبيات الأداء بالقنوات الإخبارية العربية ، إضافة إلى آراء أفراد العينة من النخبة الإعلامية حول تقييم مستوى الأداء المهنى، والإدارى فى هذه القنوات، وكذلك تقييم نظم الملكية والتمويل فيها، وتوجهاتها السياسية والعربية، يخلص الباحث إلى تقـــديم مجموعة من المقترحات ، يمكن أن تسهم فى تطوير الأداء المستقبلى لكل قناة على حدة من القنوات الثلاث.

فقناة الجزيرة مدعوة إلى ضرورة التخلى عن الحملات الإعلامية التى تستهدف النظم والحكومات العربـــية، فذلك يفسر فى غير صالح الصورة الذهنية للقناة وتوجهاتها العربية . ولا ينبغى أن تركز فقط عـــلى الجانـــب السلبى فى العلاقات العربية – العربية، وعليها أن تبث بارقة أمل فى أدائها نحو القضايا العربية ، بدلا من التركيز على الجوانب السلبية فقط التى تزيد من الإحباطات المتتالية فى الشارع العربى، ولا ينـــبغى تقديم ما يشجع على التطبيع مع الجانب الإسرائيلى ، والشعب الفلسطينى يرزح تحت نير الاحتلال، إضافة إلى ضرورة التوازن بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية التى يشهدها العالم العربى ودول العـــالم المخـــتلفة ، وعدم السعى وراء السبق الصحفى على حساب الدقة فى تقديم الأحداث ، وتوخى لغة إعلامية عاقلة وهادئة ومتوازنة ومحايدة بعيدا عن العصبية والانفعال .

وفـــيما يتصـــل بقناة العربية ، فينبغى أن تخرج عن النمطية والرتابة فى تقديم النشرات والبرامج الإخبارية ، وعدم الالتزام بتوجه سياسى رسمى أو شبه رسمى فى معالجتها للأحداث الجارية ، وضرورة توخـــى سياســـة الحياد والتوازن فى عرض الأحداث ، إضافة إلى سعيها نحو تقوية صوتها الإعلامى فى المنطقة العربية.

وعـــلى مستوى قناة النيل للأخبار ، فالتطوير المستقبلى فى أدائها الإخبارى يتطلب ضرورة تمتعها بمســـاحة واســـعة من الحرية فى معالجتها للأحداث والقضايا المختلفة المحلية والإقليمية والدولية، وعدم تقـــيدها بالـــتوجه الرسمى أو شبه الرسمى على طول الخط. كما أن القناة فى حاجة ماسة إلى مزيد من الـــتطوير على مستوى التكنولوجيا المستخدمة فى العمل الإخبارى، ودعم شبكة المراسلين فى عواصم العـــالم المختلفة، والتخلص من النمطية والرتابة فى تقديم الأخبار، وسرعة التغطية اللحظية للأخبار فى مواقع الأحداث ، وتنمية مهارات القائمين بالاتصال بشكل دائم ومستمر ، إضافة إلى رصد الميزانيات المالـــية الملائمة التى تفى بتحقيق هذه المتطلبات ؛ بما يحقق أداءً إعلاميًا أكثر فعالية لقناة النيل للأخبار مستقبلا .

قائمة مراجع الدراسة :

١- رحيم مزيد ، قناة الجزيرة وصراع الفضائيات، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهـــرة ، ٢٠٠٢ ، ص ص ١٢ – ١٣.

٢- عبد الرحمن الشامي، استخدامات القنوات التليفزيونية المحلية والدولية: الدوافع والإشباعات، رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية اللغة العربية – قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر، ٢٠٠٢) ، ص ١٢٦.

٣- رحيم مزيد ، مرجع سابق، ص ١٤ ، ٢٦ ، ٢٧.

٤- لمـــى عـــاطف العبد ، علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة ، (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣) ، ص ٢٦٨.

٥- نشـــوى عقـــل ، تقيـــيم نشرات الأخبار فى قناة النيل الإخبارية المتخصصة: دراسة مسحية للمحتوى والقائمين بالاتصال ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (كلية الإعلام ، جامعـــة القاهرة ، ٢٠٠٢) ، ص ٨٠، ٨١.

٦- صفا عثمان، دور قناة النيل الإخبارية فى ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢) ، ص ١٢٨.

٧- نشوى عقل ، مرجع سابق ، ص ٩١.

8- http:/sotaliraq.com/1/article 2003 02 20 2748.html

٩- لمى عاطف العبد، مرجع سابق، ص ٢٨٨.

١٠- المرجع السابق نفسه ، ص ٢٨٩.

١١- حسن عماد مكاوى ، أخلاقيات الإعلام ــ دراسة مقارنة ، الدار المصرية اللبنانية ، القـــاهرة ، ١٩٩٤، ص ١٦٧.

12- Bucy , Erik P., **Living in the Information Age: A new Media Reader** (Wadwarth: Australia, United States, United Kingdom, 2002) P. 289.

١٣- محمـــد حســـام الديـــن ، المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية : دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال فى الصحف القومية والحزبية من ١٩٩١- ١٩٩٤، رسالة ماجستير غير منشورة ، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦) ، ص ص ١٢٥ – ١٢٨.

14- Rudiow , Joel & Graybasch, Anthony, **Ethics Values in the Information Age,** (Wadswarth, Australia, United Kingdom, United States, 2002) , PP. 95 – 96.

١٥- سليمان صالح ، إشكالية الموضوعية فى وسائل الإعلام: دراسة نقدية، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد الثالث، يوليو – سبتمبر ، ٢٠٠١، ص١٣٥.

16- Miller, Katherine, **Communication Theories: Perspectives, Process, and Context** (Mc Graw Hill, Boston, 2002) P. 274.

17- Littlejohn, Stephen W. , Theories of Human Communication (Wadswarth, United States, 2002) P. 325.

١٨-ليلى حسين السيد ، دور وسائل الاتصال فى إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية فى إطـار نظـرية الاعـتماد على وسائل الإعلام: المؤتمر العلمى السنوى الرابع لكلية الإعلام : الإعلام وقضايا الشباب، جامعة القاهرة، مايو ١٩٩٨، ص ١٧٦.

١٩-عـدلى رضا ، عاطف العبد ، إدارة المؤسسات الإعلامية : الأسس النظرية والنماذج التطبيقيـة ، دار الفكر العربى ، القاهرة ، ٢٠٠٢، ص ٢٤.

٢٠-أمـيرة العباسـى ، محمود علم الدين، إدارة المؤسسات الصحفية فى الوطن العربى : المبادئ الأساسية وحالات تطبيقية، المؤلفان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢، ص ص ٢٢ — ٢٨.

٢١-سلوى إمام، أنماط مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية، المؤتمر العلمى السنوى السابع: الإعلام وحقوق الإنسان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠١، ص ص ٤٧٧ — ٥٤٩ .

٢٢-هبة شاهين ، استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١.

٢٣-وليد عمشه ، أثر التكنولوجيا المستخدمة فى جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية: دراسة عـلى القـنوات الفضائية العربية غير الحكومية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١.

٢٤-عبد الرحمن الشامى، مرجع سابق.

٢٥-محمد الفقيه ، مرجع سابق .

٢٦-عـادل عـبد الغفار ، مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث ١١ سبتمبر وتوابعها، المؤتمر العلمى الأول لقسم الإذاعة والتليفزيون ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، أبريل ٢٠٠٢.

٢٧-حـنان سـليم ، حسام سلامة ، صورة الغرب كما يعكسها الإعلام العربى: دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن : الإعلام وصورة العرب والمسلمين ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٢.

٢٨-رحيم مزيد ، مرجع سابق.

٢٩-إيمـان جمعة ، معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية (مرحلة ما قبل الحرب): دراسة تحليلـية لأخلاقيات الممارسة الإعلامية ، المؤتمر العلمى السنوى التاسع : أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣.

٣٠-نشوى عقل ، مرجع سابق.

٣١-صفا عثمان ، مرجع سابق.

٣٢-خالد صلاح الدين ، اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية الإخبارية للأزمات العربية فى إطار مدخـل إدارة الصـراع ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمى السنوى العاشر: الإعلام المعاصر والهوية العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٤.

33- Boyd, Douglas A., " AQ- Analysis of Mass Media Usage by Egyptian Elite Groups, " **Journalism Quarterly**, Vol. 55, No. 3, 1979, pp. 455- 473.

34- Comadena, Mark & Bybee, Carl R. " Information Sources and State Legislators: Decision – Making and Dependency", **Journal of Broadcasting**, Vol. 28, No. 3, Summer 1984, pp. 333- 339.

35- Lomax Cook , Fay , etals , " Media and Agenda Setting : Effects on the Public Interest Group Leaders , Policy Makers, and Policy" , **The public opinion** Quarterly, Vol. 47, No. 1, Spring 1983 , pp. 16 – 33.

36- Anokwa , Kwadwo & Salwan, Michael B., " Newspaper Agenda – Setting Among Elites and non – Elites in Ghana" **Gazette,** Vol. 41, No. 3, 1988 , pp. 201 – 214.

٣٧- عـــادل عـــبد الغفار ، **استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتليفزيون المحلى والدولى** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٩٥) .

٣٨- سوزان القلينى ، **مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون وقت الأزمات** : دراسة حالة على حادث الأقصر ، المجلة العلمية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الرابع ، ديسمبر ١٩٩٨، ص ص ٣٣ – ٦٤.

٣٩- إيمـــان الصـــياد ، **اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام وقت الأزمات والكوارث**، رسالة ماجستير غير منشورة ، (قسم الإعلام ، كلية الآداب، جامعة عين شمس ، ٢٠٠٢) .

٤٠- سهام نصار ، **تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية** ، المؤتمر العلمى السنوى التاسع: **أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق**، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣، ص ص ١٣٨٥ – ١٤٠٦.

41- Caspi, Dan, " On Politican, Criticism of the Mass Media", **Journal of Broadcasting and Electronic Media"**,Vol. 25. No. 2,Spring 1981, pp. 181- 193.

42- Danke, David, " Strategic Elites: The Press and Race Relations, **Journal of Communication**, Vol. 50, No. 1, Winter 2000.

43- Garrison , Bruce, " Journalists, Perceptions of on line Information-Gathering Problems, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. 71, No. 3, Autumn 2000, pp. 500- 512.

٤٤- هويـــدا مصـــطفى ، **استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلـــس الشـــعب لعـــام ٢٠٠٠**، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد الثانى ، العدد الأول – يناير / مارس ٢٠٠١، ص ص ١٢٣ – ١٥٩.

٤٥- جـــيهان يســـرى ، **اتجاهات الإعلاميين نحو تغطية الإعلام المصرى لأحداث الإرهاب** ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن: **الإعلام وصورة العرب والمسلمين**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٢، ص ص ٥٩٩ – ٦٦٦.

٤٦ – هويـــدا مصـــطفى ، اتجاهـــات الصـــفوة نحو تغطية الإعلام المصرى لأحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها: دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية ، مجلة بحوث الرأى العام ، المجلد الثالث ، العدد الرابع، أكتوبر – ديسمبر، ٢٠٠٢، ص ص ٥٣ – ٩٩.

٤٧ – أمـــيرة العباسى ، رؤية الصحفيين فى الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية ، المؤتمر العلمى السنوى التاسع : أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣، ص ص ١-٧٩.

٤٨ – خالد صلاح الدين، اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة فى مصر، المؤتمر العلمى السنوى التاسع : أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، مايو ٢٠٠٣، ص ص ٦٦٣ – ٧٤٣.

٤٩ – عادل ضيف ، رأى النخبة حول دور الإعلام فى تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج، المؤتمر العلمى السنوى الثامن : الإعلام وصورة العرب والمسلمين، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٢، ص ص ٧٧ – ١٤٤.

٥٠ – محمـــد رضـــا ، أساليب تحسين صورة العرب والمسلمين كما تدركها الصفوة المصرية ، المؤتمر العلمى الثامن: الإعلام وصورة العرب والمسلمين، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٢، ص ص ٨٥١– ٨٨٦.

51- Lomax Cook , L. Fay etals, Invoking public Opinion: Policy Elites and Social Security , **Public Opinion Quarterly** , vol. 66, 2002, pp. 235 – 264.

٥٢ – محمد حسام ، مرجع سابق.

٥٣ – أمـــل متولى ، سحر فاروق ، أخلاقيات نشر الجريمة فى الصحافة المصرية : دراسة تحليلية وميدانية على عينة من الصـــحف والقائمين بالاتصال، المؤتمر العلمى السنوى التاسع : أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣، ص ص ١١٤٧ – ١٢١٧.

٥٤ – عـــادل عـــبد الغفـــار ، سونيا دبوس ، أخلاقيات الإعلام الطبى بين النظرية والتطبيق، المؤتمر الدولى الأول عن ضوابط وأخلاقيات الإعلام والإعلان الطبى، القاهرة ، ٤-٦ فبراير ، ٢٠٠٣.

٥٥ – عـــبد الجـــواد ســـعيد ، المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية فى معالجة قضايا المجتمع: دراسة تحليلية للقضايا الاقتصـــادية ، المؤتمـــر العلمى السنوى التاسع : أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣، ص ص ٤٦٣ – ٤٩٦.

٥٦ – هـــبة شـــاهين، أخلاقـــيات العمـــل الإخـــبارى من وجهة نظر القائمين بالاتصال فى مجال الأخبار الإذاعية والتليفزيونية ، المؤتمر العلمى السنوى التاسع : أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣، ص ص ٨٢٧– ٨٨٦.

٥٧ – عـــادل عـــبد الغفار ، أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأى المقدمة بقناة دريم٢، المؤتمر العلمى السنوى التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣، ص ص ٧٤٧– ٨٢٥.

58- Abdel Azim , Aza, **Television Dependency and Knowledge of Drug Abuse among Egyptian Adults**, unpublished Thesis of Master , A.U.C, Journalism and Mass Communication Departement , 1993.

٥٩- أمـــل جابر صالح ، دور الصحف والتليفزيون فى إمداد الجمهور المصرى بالمعلومات عن الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٩٦.

٦٠- محمـــد الفقيه ، دور التليفزيون اليمنى فى تزويد الشباب بالمعلومات السياسية: دراسة مسحية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٧.

٦١- ليلى حسين السيد(١٩٩٨) مرجع سابق.

٦٢- عادل عبد الغفار (٢٠٠٢) ، مرجع سابق.

٦٣- ســلوى إمام ، الصدق والثبات فى استمارتى الاستقصاء وتحليل المضمون ، المجلة العلمية لكلية الإعلام ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، العدد الأول ، يوليو ١٩٨٩، ص ٥٣ - ٥٤.

٦٤- شارك فى تحكيم صحيفة الاستقصاء والحكم على مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف البحث كل من :
أ.د. عــدلى رضا ، أ.د. سامى الشريف ، أ.د. عاطف العبد ، أ.د. أشرف صالح، أ.د. نجوى كامل ، د. إيناس أبو يوسف ، د. نبيل طلب. وجميعهم من أساتذة وأعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .

٦٥- طبق الاختبار المبدئى على صحيفة الاستبيان على كل من أ: وسام نصر ، أ. شـــرين محفوظ ، أ. زينب حـــامد، أ. مايســـه جمـــيل، أ. داليا عثمان، أ. نشوى عقل، وجميعهم من المدرسين المساعدين والمعيدين بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

٦٦- تم تطبيق اختبار الثبات على نفس المدرسين المساعدين والمعيدين الذين تم تطبيق الاختبار المبدئى عليهم.

٦٧- شارك الباحث فى جمع البيانات الأساتذة : أ. محمد هلال باحث دكتوراه بكلية الإعلام ، أ. وحدى حلمى باحث ماجستير إعلام ، د. سمير محمود الصحفى بجريدة الأهرام المسائى، أ. مصطفى هلال باحث ماجستير، أ. محمد الباز المدرس المساعد بكلية الإعلام ، أ. نشوى عقل المدرس المساعد بكلية الإعلام.

٦٨- هبة شاهين (٢٠٠١) ، مرجع سابق.

٦٩- سلوى إمام (٢٠٠١)، مرجع سابق.

٧٠- محمد الفقيه (٢٠٠٢) ، مرجع سابق.

٧١- رحيم مزيد (٢٠٠٢) ، مرجع سابق.

٧٢- خالد صلاح الدين (٢٠٠٤) ، مرجع سابق.

٧٣- رحيم مزيد (٢٠٠٢) ، مرجع سابق.

٧٤- خالد صلاح الدين (٢٠٠٤) ، مرجع سابق.

٧٥- إيمان جمعة (٢٠٠٣) ، مرجع سابق.

٧٦- نشوى عقل (٢٠٠٢) ، مرجع سابق.

٧٧- هبة شاهين (٢٠٠١) ، مرجع سابق.

٧٨- وليد عمشة (٢٠٠١) ، مرجع سابق.

٧٩- إيمان جمعة (٢٠٠٣) ، مرجع سابق.

٨٠- المرجع السابق نفسه ، ص ١٩٢.

الفضائيات العربية وإدارة الأزمات

معالجة الفضائيات العربية لأزمة العراق (حالة احتلال بغداد)

دراسة مسحية مقارنة

د. حنان يوسف(*)

مقـــدمة

شهدت مرئيات الفضائيات العربية فى العقدين السابقين على وجه التحديد، طفرة هائلة فى : مدى اعتماد المتلقى العـربى عليها كمصدر رئيسى لمعـلوماته واتجاهاته السياسية والفكرية المختلفة ، بـل وصارت مخرجات الفضائيات العربية مفردات أساسية فى تكوين مدخلات أجندة وسائل الإعلام الغربية ، وأيضا صناعى القرارات على المقاربات الوطنية والاقليمية والدولية المختلفة ، وارتبط ذلك مع تـنامى مـا يسمى بظاهرة الانفجـار والانفتـاح الفضائى Media Explosion والذى تجسد فى إطلاق ما يقرب من مائتى قناة فضائية عربية ، ما بين الحكومى والملكية الخاصة ، العامة والمتخصصة ، أحدثـت فى أقل من عشر سنوات تغييرا فى المجتمع العربى ، عجزت عن تحقيقه وسائل الإعلام المكتوبة والتلفزيونات العربية مجتمعة خلال العقود الخمسة الماضية(1).

وشهد العالم نظامًا عربيًا إعلاميًا جديدًا تبلورت بعض ملامحه خلال الحرب الأخيرة على العراق ، ويعكـس ملمحًا جديدًا من إعلام الأزمات Media Crises له أدبياته وفروضه التى ينبغى إخضاعها للبحـث والدراسـة ، تؤرخ من جـديد لعلم إدارة الأزمة الإعلامية Crises Management وتعد المشـكلة العراقية واحدة من أبرز الأزمات التى يعانيها الآن العالم العربى والشعب العراقى ، باعتبارها أكثر سخونة وارتباطا بأزمات آخرى عابرة ومزمنة، وإن شكلت – حالة احتلال مدينة بغداد فى أيدى قوات التحالف الأنجلو أمريكي – منحنى خطيرًا فى تطور الأزمة العراقية المتشابكة ، مما يخضعها كأزمة قائمة بذاتها تقبل التحليل والبحث ، بحيث انطبق عليها مفهوم الأزمة Crises من حيث إنها " موقف

(*) مدرس الإعلام – كلية التربية النوعية – جامعة عين شمس .

مفاجـــئ تتجه فيه العلاقة بين طرفين أو أكثر نحو المواجهة بشكل تصـــعيدى نتيجة لتعارض قائم فى المصـــالح والأهـــــداف بين الأطراف أو نتيجة لإقدام أحد الأطراف- المعتدية على القيام بعمل يعتبره الطرف الآخر – المدافع يمثل تهديدا لمصالحه وقيمه الحيوية مما يستلزم تحركا مضادا وسريعا للحفاظ على تلك المصـــالح مستخدمة فى ذلك مختلف وســـائل الضغط بمستوياتها المختلفة ،سواء كانت سياســـية أم اقتصادية أم عسكرية أم غيره[٢].

و لم تكن الفضائيات العربية بعيدة عن إدارة الأزمة العراقية فى هذه الفترة حيث لعبت دورًا كبيراً ، وبشكل خاص : القنوات الإخبارية المتخصصة لما يمثله الخبر التليفزيونى الآن من تأثير كبير فى تشكيل الصـــور الذهنـــية Image وإحداث تأثيرات على إدراك المشاهدين ، بل والتأثير فى أجندة الرأى العام والنخبة العربية وصناع القرار على حد سواء Agenda Setting[٣].

وعلـــيه تسعى هذه الدراسة إلى : اختبار وتقييم أداء الفضائيات الإخبارية العربية فى إدارة الأزمة العراقية (حالة احتلال بغداد) من خلال دراسة أدبيات إدارة الأزمة ونظريات التأثير الإعلامى وتحليل الأطر الإخبارية باستخدام منهج المسح بشقيه : التحليلى والميدانى لعينة من الإنتاج الإخبارى المقدم فى ثلاث قنوات إخبارية (الجزيرة والنيل للأخبار والعربية) وكذلك لعينة قوامها ١٥٠ مفردة من النخبة العربية (السياسية والإعلامية) .

أهمية الدراسة :

ترجع أهمية الدراسة إلى عدة اعتبارات من أهمها :

- التأثير الكبير للأزمة العراقية ، وبالتحديد حالة سقوط بغداد على الرأى العام، وعلى استمرار الأزمة العراقية بمراحلها المختلفة ، مما يتطلب تقييم كيفية تعامل الفضائيات العربية معها ، وتوضيح مدى التزامها بمنهجية علم إدارة الأزمات .
- مثلـــت أزمـــة احتلال بغداد منعطفًا كبيرًا فى تطور إحداثيات الأزمة العراقية بوجه عام لارتباطها بعناصر أخرى وأطراف دولية ، وأحدثت تغييرًا جـــذريًا فى سير الأحـــداث ، كما أبرزت قوى فاعلة ، وأخمدت قوى أخرى كانت أكثر نشاطا فى مرحلة آخرى من مراحل الأزمة .
- نـــدرة الدراسات الإعلامية التى تتناول تحليل ورصد الخطاب الفضائى الإخبارى العربى فى وقت الأزمات ، ودراسة تأثيرات ذلك على الجمهور المستهدف[٤].

- كمـــا تـــأتى أهمية الدراسة من الدور الكبير الذى تلعبه الفضائيات العربية الإخبارية فى تشكيل وجدانيات ومعارف وسلوكيات الرأى العام العربى ، وتحليل مدى ارتباط ذلك وتأثيره علىالرأى العام الدولى .

أهداف المشكلة :

تهدف الدراسة المقدمة إلى رصد العناصر التالية :

- رصد الأسس ، والكيفية التى عالج بها الخطاب الفضائى العربى الأزمة العراقية – حالة احتلال بغداد ٢٠٠٣.
- رصد لمجموعة التصورات التى طرحت فى الخطاب الفضائى العربى لتأثير مرجعية الوسيلة، وإطارها الإعلامى على التأثيرات المختلفة والقوى الفاعلة فى التغطية .
- إبراز تأثير الفضائيات العربية على : ترتيب أجندة وسائل الإعلام العربية والدولية، وترتيب أجندة صانع القرار العربى والدولى للفضائيات العربية فى تناولها لأزمة العراق .
- رصد تأثير المستوى التقانة البصرية والتكنولوجية فى التغطية الإعلامية الفضائية لأزمة العراق .
- رصد لإشكاليات الحوار مع الآخر للفضائيات العربية فى تناولها لأزمة العراق .
- تعرف مواقف واتجاهات النخبة العربية فى معالجتها لأحداث أزمة العراق – حالة احتلال بغداد .
- العمل على تقديم إستراتيجية متكاملة لدور الإعلام الفضائى العربى فى إدارة الأزمات العربية .

تحديد مشكلة الدراسة :

وفى ضـــوء استقراء الأوضاع الاتصالية الحالية وما تفرضه من أهمية متزايدة للفضائيات العربية فى الفترة الأخيرة ومشاركة فى نقل الحدث ، بل وربما إعادة صياغته فى فترات الحروب والأزمات ، ومن خلال ما أحدثته الأزمة العراقية الحالية من تداعيات خطيرة ، وارتباك على الساحتين : العربية والدولية، وولـــدت أزمات متشابكة ومعقدة ، وهو الأمر الذى يطرح التساؤل الرئيسى فى مدى تعامل ومعالجة الفضـــائيات العربـــية لهـــذه الأزمة وإدارتها إعلاميا بالاتساق مع المدخل الإستراتيجى لنظريات إدارة الأزمـــات فى بدايتها وانفجـــارها وانحسارها والتأثيرات الناجمة عنهـــا ، وكذلك الأدوار والقـــوى الفاعلة فيها .

ومن خلال مسح الدراسات السابقة المتصلة بموضوع الدراسة : تتحدد مشكلة الدراسة فى رصد دور الفضائيات العربية الإخبارية فى التعامل مع إشكالية إدارة الأزمات بالتطبيق على أزمة الحرب على العراق (حالة احتلال بغداد) .

من خلال دراستين إحداهما: تحليلية لعينة من إنتاج النشرات الإخبارية فى الخدمات الفضائية الثلاثة (الجزيرة – النيل للأخبار– العربية) والثانية : ميدانية على عينة (١٥٠مفردة) من النخبة العربية السياسية والإعلامية للتعرف على اتجاهاتهم وآرائهم فى تقييم تغطية هذه الفضائيات للأزمة العراقية بالتطبيق على حالة احتلال مدينة بغداد .

الإطار النظرى للدراسة :

تـــدور الدراسة المقدمة وفقا لأدبيات الأطر النظرية لعلوم إدارة الأزمات فى محورها الإعلامى فى مراحـــلها المختلفة من بداية وتطور وانتهاء ، من خلال كيفية المعالجة الإخبارية للقنوات الفضائية إزاء أزمة العراق فى مراحلها المختلفة والمتغيرات والعوامل التى أثرت فى تناولها الإعلامى لهذه الأزمة ، وعليه سعت الدراسة إلى طرح نموذج إستراتيجى للإدارة الإعلامية للأزمة بالتطبيق على مرحلة احتلال مدينة بغداد فى أيدى قوات التحالف الأنجلو أمريكية وسقوط عناصر النظام العراقى .

ويـــتم بـــناء هذا النموذج على عدد من المتغيرات ومحاور إستراتيجيات الأزمة ، وكذلك الأطر الـــنظرية الإعلامية التى تنتج من تأثيرات الخطاب الإعلامى الإخبارى المقدم عبر هذه الفضائيات على جمهور المشاهدين من النخبة العربية كما يحددها الشكل التالى :

شكل (١) : نموذج الإدارة الإعلامية للأزمات - Crises Media Model Cmm .



مكونات النموذج :

أولا : مفهوم وتوصيف الأزمة : Crises Definition

أضـــحى مفهـــوم الأزمة Crises من أكثر المفاهيم واسعة الانتشار فى العصر الحديث، وتعددت الـــتعريفات الـــتى تناولت مفهوم الأزمة حيث يشير لها باحثو الاجتماعيات بأنها توقف فى الأحداث المـــنظمة واضطراب العادات والعرف مما يستلزم معه التغيير السريع لإعادة التوازن ، وتكوين عادات جديـــدة أكثر ملاءمة ، أما الأزمة من الناحية السياسية فهى تعنى حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد النظام السياسى وتستدعى اتخاذ قرار لمواجهة هذه الأزمة(٥).

ويعانى مفهوم الأزمة من إشكالية الخلط والتداخل بينه وبين عدد من المفاهيم القريبة الصلة منه مثل المشكلة Problem أو الصراع Conflict ثم الكارثة Disaster ذات الأثر الحاد والتدميرى والتى قد تكون سببا لإحداث أزمة(٦).

وإن كـــان التعريف الذى قدمه الحملاوى (١٩٩٥) للأزمة هو الأقرب اتصالا بالدراسة المقدمة والذى يصفها بأنها خلل يؤثر تأثيرا ماديًا على النظام كله ويهد الافتراضات الرئيسية القائمة عليه(٧).

بينما يعرّف منهجُ النظم الأزمة بأنها نظام متكامل يحتوى على أربعة عناصر : مدخلات الأزمة – نظام تشغيل الأزمة – مخرجات نظام التشغيل – التغذية المرتدة وهى عناصر تشكل الإستراتيجية المثلى فى إدارة الأزمات فى إنتاج الخطاب الاتصالى.

خصائص الأزمة :

- التعقيد والتشابك والتداخل فى عناصرها وأسبابها .
- المفاجأة واستحواذها على بؤرة الاهتمام لدى المؤسسات والأفراد.
- نقص المعلومات وعدم دقتها.
- مجابهـــة الأزمة يعد فى كثير من الأحيان أمرًا مصيريًا ؛ لأنها قد تمثل تهديدا لحياة الإنسان وممتلكاته ومقومات بيئته ، وقد تتطلب هذه المواجهة أنماطا غير تقليدية وخروجا عن التنظيمات المألوفة تمكن من استيعاب ومواجهة الظروف الجديدة المترتبة على التغييرات الفجائية(٨) .

مراحل ومستويات الأزمة :

١- المرحلة التحذيرية (ماقبل الأزمات) Pre Crices

وهـــى المـــرحلة التى تسبق الأزمة وتأتى أهميتها فى قدرة القيادة على استشراف واستكشاف كل الاحتمالات والمتغيرات التى قد ينجم عن وقوعها أزمة ما ، ومن ثم بحث السبل والآليات المناسبة لمواجهة الأزمات المحتملة .

٢- مرحلة نشوء الأزمة Starting

فى المرحلة السابقة إذا ما فشل صانع القرار فى توقع الأزمة ، فإن متغيراتها قد تنمو وتتسع . وعليه ، فـــإن كفاءته تتجلى فى احتواء ومواجهة الأزمة ، وهـــذا بدوره يتوقف على عدة عوامل رئيسية منها : حجم المعلومات المتوافرة ، والقدرة على تحديد الأولويات والاختيار الدقيق بين البدائل .

٣- مرحلة انفجار الأزمة Explosion

تـــاتى عـــندما تفشل الاحتواءات فى مرحلة نشوء الأزمة ، بحيث لايستطيع صانع القرار السيطرة عليها وعلى متغيراتها المتسارعة ، وتحدث ارتباكا واسع المجال فى المناحى الحياتية المختلفة ، ولاتوفر أى مناخ يحقق المشاركة بين النظم المختلفة أو حتى تنمية العلاقات التبادلية مع البيئة الخارجية .

٤- مرحلة انحسار الأزمة Fading :

يبدأ فى هذه المرحلة تلاشى العوامل المسببة للأزمة بحيث تعود المنظمات إلى مرحلة التوازن الطبيعى قبل حدوث الأزمة ، وتتميز بدرجة عالية من الكفاءة والرشاد والخطط بصدد التعامل مع الأزمات وصولا إلى مرحلة التوازن ، وهى كذلك حالة تقويمية للتعامل مع العوامل المستحدثة التى قد تفجر أزمة مستقبلا[٩].

مراحل إدارة الأزمات :

- مرحلة الاختراق لجدار الأزمة.
- مرحلة التمركز وإقامة قاعدة للتعامل مع عوامل الأزمة بعد اختراقها .
- مرحلة توسيع قاعدة التعامل ومد جسور الاختبارات .
- مرحلة الانتشار السريع لتدمير عناصر الأزمة وشل حركتها.
- مرحلة التحكم والسيطرة على موقع الأزمة .
- مرحلة التوجيه لقوى الفعل الإرادى الفاعلة إلى المجالات الأخرى .

عناصر إدارة الأزمة :

١ – تشخيص الأزمة :

مـــن خلال قيام صانعى القرار بتشخيص الأزمة، وتكييف أهداف الخصم مما يعمل على تقليل الآثـــار السلبية للعوامل المصاحبة للأزمة ، والتى تؤدى إلى تكوين إدراك مشوه عن بيئة الأزمة ، ويقوم تحليل الأزمة على شقين : تقدير مدى التحكم فى الأزمة ، وتقرير المخرج من المعضلة والأزمة بمقارنة النـــتائج المحـــتملة واحتمالات وسبل الخلاص ما بين اختيارات الحرب أو المساومة أو حتى التنازل من طرف واحد حيث لكل هدف خيار فى تحليل الإجراء ثم تحليل الخطاب ثم تحليل التداعى الممكن .

٢ – تحليل القوى الفاعلة فى الأزمة :

عـــلى أساس تحليل تصـــور خطاب محـــدد لمجموعة من الفاعلين ذوى الأهمية ورصـــد الأدوار والصـــفات المنسوبة لهم فى الخطاب المدروس ، وتقييم أداء هذه الأدوار سلبا أو إيجابا من وجهة نظر الخطاب[١٠].

ويتم ذلك من خلال قياس أداء :

- الفاعلين الرسميين .
- الفاعلين غير الرسميين ، وحركتهم وقدرتهم على الضغط .

فالأطراف أو الفاعلون الرسميون يخضعون عادة للمسئولية الدولية فى حين أن الفاعلين غير الرسميين لايخضعون لها ، ويتسمون بالميل للتغيير السريع فى المزاج والتكيف والسياسات .

وكذلك يقاس مدى السيطرة والتحكم فى الأزمة مدى درجة وجود مصالح مشتركة بين الفاعلين فى الأزمة مثل حالات : التلاعب – التوريط–حافة الهاوية –الانفلات .

مستويات الأزمة :

تتحدد مستويات عديدة للأزمة والتصنيفات التى تبنى عليها على النحو التالى :

- من حيث المدى : مصيرى– جوهرى– عرضى.
- من حيث التأثير : خطير– حاد – عادى.
- من حيث الاستمرارية : مستمرة – غير مستمرة.

- من حيث التعقيد : متشابكة – متصلة – منفصلة.
- من حيث التصاعدية : قبلى– أثناء– بعدى.
- من حيث الجغرافية : وطنى– عربى – إقليمى – دولى .

أولا : أزمة الحرب على العراق فى ضوء نموذج الدراسة (حالة احتلال بغداد)–مقاربة تاريخية

يرى المنظرون أن التأريخ الحقيقى لأزمة العراق يعود إلى الحرب العراقية الإيرانية أو حرب الخليج الأولى والـــتى حملت بين طياتها أسباب تفجير حرب الخليج الثانية (غزو العراق للكويت عام ١٩٩٠). والـــتى تمـــتد آثارها حتى الآن لما أحدثته من آثار على الأطراف المشتركة فى الأزمة ، وبموجبها بدأت الحشـــود العســـكرية الغربـــية فى منطقة الخليج ، ما بين ساحة دولية متشابكة بين المعارك الفرنسية والأمريكـــية وما بين تمزق عربى مدمر صاحب الأزمة سواء على المستوى العسكرى أم الاقتصادى أم السياسى أم الاجتماعى . وبرغم ما أحدثته الأزمة من شرخ فى جدار المواطنة العربية ، إلا أن ذلك لم يخفـــف مـــن الرفض الشعبى والعربى للمعايير المزدوجة الغربية فى التعامل مع الأزمة ، وأثيرت الأزمة العراقية مع بمجلس الأمن فى تطورات الموقف تشير إلى معاناة كبيرة يشهدها الشعب العراقى من أطفال ومدنـــيين من جراء القصف المستمر من قبل أمريكا وبريطانيا على الأهداف المدنية فى العراق، وهو ما يمثل انتهاكًا صارخًا لحقوق الإنسان.

وتصـــاعدت الأزمة تصاعدا حادا فى أعقاب انفجارات ١١ سبتمبر الشهيرة ، والتى قدمت فرصة ذهبية للولايات المتحدة لأن ترفع شعار حربها ضد الإرهاب بمبدأ الضربات الاستباقية ، وبدأت مرحلة الضغط على النظام العراقى تحت دعوى امتلاك أسلحة الدمار الشامل مما يمثل من وجهة النظر الأمريكية تهديـــدًا إرهابـــيًا ، وكذلك الاتصال بتنظيم القاعدة . وبعد سلسلة من الضغوط والمناورات السياسية والعســـكرية قامت قوات التحالف الأنجلو أمريكى ببدء الضربة العسكرية المنتظمة فى٢٠/٣/٢٠٠٣ قابـــلها مقاومـــة عراقية عنيفة ومنتظمة ، أوقعت عديدًا من الخسائرالمادية والمعنوية فى صفوف قوات الـــتحالف ، إلا أنهـــا لم تصمد أمام السقوط المفاجئ للعاصمة العراقية بغداد فى ٩/٤/٢٠٠٣ وبعدها وقعـــت المدينة فى أيدى قوات التحالف ، ولعب الإعلام الدولى دورا فى إظهار لقطات تليفزيونية غير محددة المصدر كلقطات متشابهة ومكررة عبر الفضائيات العربية تصور مظاهر فرحة بعض الأشخاص ، الذين تم تقديمهم على أنهم عناصر الشعب العراقى مرحبين بقدوم قوات التحالف وانتهاء عصر الرئيس الســـابق صـــدام حسين ، وصاحبتها حالات فوضى عارمة وتدمير تلحق بكل الكيانات والمؤسسات العراقية .

وبعدهـــا بـــدأت مرحلة جديدة من الغزو الأمريكى للعراق بمعنى كلمة الغزو ، ولاتزال الأزمة مستمرة حتى الآن فى الصراع بين قوات الغزو والمقاومة العراقية وبين ردود أفعال عربية ودولية لاتتعدى الاستنكار والإدانة والمطالبة بسرعة انتهاء الغزو[11].

وعلـــيه ، تم اختـــبار حالة احتلال بغداد كنموذج للأزمة على اعتبار أنه أكثر الحالات فى تاريخ الأزمـــة العراقـــية نضجا وقربا من مفهوم الأزمة لما يوفره من بداية ، وانفجار ثم انحسار وقتى للمحور الرئيسى على الرغم من سلبيته وهو وقوع المدينة فى أيدى قوات الغزو .

ثانيا : نظرية الأطر الإعلامية ومدخلات الخطاب الإعلامى للأزمة Media Framing:

تم اســتخدام نظرية الإطار الإعلامى لقياس وتحليل مضمون الرسالة الإعلامية التى ينقلهاالخطاب الإعلامـــى العربى للأزمة العراقية موضع الدراسة ، وهى إحدى النظريات الإعلامية الحديثة التى تسمح للباحـــث بقـــياس مضمون الرسالة الإعلامية ، وتقدم تفسيرا لدور وسائل الإعلام فى تشكيل الأفكار والاتجاهات إزاء القضايا البارزة واستجابة الجمهور المعرفية و الوجدانية والسلوكية لتلك القضايا .

و تقـــوم هذه النظرية على أساس أن مضمون أية رسالة إعلامية لا يتحدد إلا بعد وضعه فى إطار Frame محدد بالتركيز على جانب من هذا المضمون وإغفال جانب آخر، وهو ما يعنى انتقاءً متعمدًا لجانب من جوانب موضوع الحدث و التركيز عليه دون بقية الجوانب المكملة للحدث.

و يحدد "إنتمان" Entman أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامى هى :

١- تحديد المشكلة أو القضية بدقة .

٢- تشخيص أسباب المشكلة

٣- وضع أحكام أخلاقية .

٤- اقتراح سبل العلاج[12].

وتركـــز هذه النظرية على أهمية أن المشكلة توضح أسباب هذا الإطار المرجعى ومرجعيته ، وقد تتمثل الأحكام الأخلاقية فى اعتناق القائم بالاتصال لأفكار خاطئة أو كونهم أداة طيعة فى أيدى النظام السياســـى . ويـــتم تقديم الأخبار وفقا لسياسة المؤسسات الإعلامية وخبرتها والسياسات الحكومية فى الدولة أيضا .

ويؤكـــد Robert W Leweke, بـــأن وســـائل الاتصال يمكنها أن تضع الظواهر كالجريمة أو الدمج أو القضايا السياسية فى إطارات و قوالب مختلفة ، سواء بتجاهلها أم التشويش عليها ووضعها فى خلفية الاهتمامات أو بالتركيز عليها وإظهارها[13].

ومـــن أهـــم وظائف نظرية الأطر ، قدرتها على اكتشاف الخلل والمشكلة وإيجاد اقتراحات لحلها بتحديد أى النواحى الأكثر أهمية ، وكيف يمكن أن تقدم ؟

ووفقا لنظرية الأطر فإنها تتعامل مع أربعة عناصر مختلفة ، وهى :

١- الجمهور – المتلقى Audience

٢- المضمون – الرسالة Text

٣- القائم بالاتصال – المرسل Communicator,

٤- الثقافة Culture أو المجتمع ذاته Society[14]

حيث يلعب العاملون فى مجال الإعلام دورًا حيويًا فى عملية التكوين الاجتماعى للحقيقة والواقع Social Construction Of Reality لـــدى الجمهـــور ، كما أكد Lippmann عام ١٩٢٢ أن وســـائل الإعلام الإخبارية ، تلعب دورًا كبيرًا فى تشييد صورة الواقع للجمهور المتلقى وفقا لمنظورها الخـــاص عبر نظريتى Agenda Setting And Priming فتجعل الصورة داخل رؤوس هؤلاء البشر حول حاجاتهم وأغراضهم وعلاقاتهم على أنها جزء من رأيهم عام .

مـــن جانبه أكد Carey أن الصحافة تشارك فى البحث عن المعنى حينما تقدم الأخبار بكل براءة ودون قصد ، فهى تقدم خدمة تشكيل الواقع بما يتناسب مع هذا التطور و هو ما يطلق عليه " Reality Making"[15].

ثالثا : المدخلات الإعلامية للنموذج :

المشهد الإخبارى الفضائى فى أزمة الحرب على العراق :

عـــند محاولة رسم صورة لمرئيات المشهد الفضائى العربى Arab Media Scene فى فترة الحرب على العراق تتجسد عدة ملامح ، يمكن إيجازها فيما يلى :

أولا : إيجابيات المشهد :

١- المستوى المهنى للإعلام البصرى الخارجي وتوظيف التقانة البصرية :

شهد الموقف الإعلامى طفرة تقنية عالية فى الفترة الأخيرة مستخدما تكنولوجيا متطورة تجعل من تغطية الأحداث حدثاً بصرياً و تكنولوجياً استثنائياً من خلال التقنيات الحديثة فى مجال الإعلام أو الثورة المعلوماتـــية التى قلبت المفاهيم ووصلت إلى حد خلق أجواء تفاعلية بين الباث والمتلقى ، وأساس هذه التكنولوجيا الجديدة هو منظومات الأقمار الاصطناعية وأجهزة البث الأرضى (Sng) والهواتف المرئية إلى آخـــر الابتكارات الحديثة، واعتماد كل الأطراف الصانعة للحدث على التلفزيون لبث رسائل أو معلومات أو القيام بالتطبيقات وإبداء الرأى وهو ما منح التلفزيون - من حيث يدرى ، أو لا يدرى - عنصر السبق الصحفى ، والأمثلة كثيرة على ذلك.

ولكن على الرغم من تلك الطفرة التقنية الرفيعة ، فالمجالات البصرية والتكنولوجية والتى انعكست فى لقطـــات المشـــــاهد وتدفق الأخبار وتعدد التقارير ، إلا أنها ارتبطت بمسألة مدى القدرة البشرية المؤهلة على توظيف هذه التكنولوجيا حيث انحصرت القوالب والأشكال البرامجية فى شبه أنماط محددة تـــتكرر ، و لم تؤثـــر فى الكثير من القنوات الفضائية العربية امتلاكها لناصية التكنولوجيا على الارتقاء بمحتوى المضمون المقدم بل وصارت أداة لإعطاء صورة انتقائية للواقع[١٦].

٢- الكفاءات الإعلامية العربية المناسبة :

تشير الدراسات إلى انخفاض نسبة من يعملون فى هذه القنوات ذوى المرجعية الأكاديمية الإعلامية أو الذيـــن لم يتعاطوا مرحلة تأهيلية لتجاوز ذلك، بالإضافة إلى عدم الاهتمام الكافى بتدريب وتطوير مهارات وقدرات هذه العناصر البشرية للموازنة ، ما بين استخدام التقنيات الحديثة والارتقاء بالمضمون تحت مظلة أجندة المؤسسة الإعلامية التى يحملون مرجعيتها .

إلا أن هـــذا لاينكر تميز التعامل مع الأزمة فى الحرب على العراق ، حيث واكبتها تغطية إعلامية تشـــكل مكســـباً للجميع من خلال إعداد مسبق وتخطيط مبكر ، حيث تم توزيع المراسلين والموفدين الخاصـــين على جميع المناطق الساخنة قبل فترة طويلة نسبياً من اندلاع الحرب ، وتم توفير التجهيزات التقنية اللازمة وتخصيص أستديو كامل ومجهز لمواكبة الحدث ، وتجنيد كل الطاقات البشرية على مدى الأربـــع والعشرين ساعة لرفع هذا التحدى مما يعكس مدى أهمية هذه التحضيرات اللوجستية ، بما فى

ذلك أن تجمع كتيبة كاملة من المراسلين والموفدين ، وأن تضع على كاهلهم تجهيزات تقنية عالية تؤمّن البث المباشر والحي ومن مكان الحدث فى أية لحظة[17].

٣- علاقة التبعية الإعلامية :

نجحـــت الفضـــائيات العربية فى أن تكون مصدراً رئيسيًّا من مصادر الأخبار فى العالم ، وأصبح بالإمكـــان كَسْر علاقة التبعية الإعلامية التى تفرض على وسائل الإعلام السمعى – البصرى العربية فى اســـتيراد المعلومات والصور من مصـــادر أجنبية ، مع ما ينجم عن ذلك من خضوعٍ لسلطة تأويل المَصْدر .

٤- هوامش الحرية وأنواع الرقابة (سياسية – ذاتية – أجنبية) :

والملاحـــظ أن عددًا محدودًا من الفضائيات العربية يتمتع بقدر كبير من الحرية فى إبداء وجهات الـــنظر المخـــتلفة والرأى والرأى الآخر ، والبعض الآخر يتعرض لنوع أو آخر من أنواع الرقابة سواء كانـــت : رقابة سياسية من نظام البلد التابعة له أم الموجودة فيه ، أم رقابة ذاتية تَستَبْطِنُ المنع وترسم لنفسها خطوطاً حمراء أم – إن جاز التعبير – رقابة أجنبية ناجمة عن ضغط بعض الدول الكبرى ، ويثار فى حجـــم الحرية والاستقلالية للقناة عدد من الإشكاليات مثل سيطرة نسبية لرأسمال المشارك بخصص وجود استقلالية فعلية عندئذ ،كذلك ممارسة بعض الفضائيات للنقد ضدّ نظمٍ عربية بعينها ويسكتُ عن بعضٍ آخر مشابهٍ ما يطعن فى مصداقية ذلك النقد و يُشَكِّك فى استقلالية هذه الفضائيات[18].

٥ – تأثير الفضائيات العربية على : ترتيب أجندة وسائل الإعلام العربية والدولية ، وترتيب أجندة صانع القرار العربى والدولى :

نجحت الفضائيات العربية – بعضُها على الأقل – فى الانفتاح على الفاعلين السياسيين والثقافيين فى الوطـــن العربى ، بالرغم من وجود بعض الاستبعادات التى تعود إلى أسباب سياسية أو غير ذلك ، بالإضـــافة إلى بعـــض المســـاهمات للفضائيات العربية فى مجال العلاقة بين التيارات العلمانية والتيارت الإسلامية فى الوطن العربى ، ما بين إقامة جسور التفاهم والإدراك المشترك للتحديات والتعاون المتبادل والمســـاجلة الصراعية التى تعمّق الشروخ وتمزق المُشتَرَكَات والجوامع ، كما ساعدت فى ترتيب أجندة الشـــارع العربى والارتقاء على مستوى الوعى السياسى وصعيد التغيير الاجتماعى ، ومن الإنصاف فى القول : بأن الفضائيات العربية ليست بديلاً عن الأحزاب الثوريّة العربيّة ، وليس من المفروض أن تكون كذلـــك حيث لا يمكن أن نتهم الفضائيات العربية بالفشل بمجرد أنها لم تستطع القيام بما فشلت عنه

الأحـــزاب الـــثورية والطليعية. القنوات التلفزيونية لا يمكنها أن تلعب دور الجيوش المحاربة ، أو تلقى بالهزيمة على عاتق المراسلين المحتويات ؛ فهى جزء من الشارع العربى تعكس قوته وضعفه ، وليست فى برج عاجى بعيدة عنه(١٩).

٦- إشكاليات الحوار مع الآخر :

تعد مشكلة مخاطبة الآخر واحدة من أهم الإشكاليات التى تواجه الإعلام الفضائى العربى ، ويقف عاجـــزا عن تجاوزها حتى الآن ، وانحصر الخطاب الفضائى العربى فى دوائر الخطاب العربى ، فى كيفية تعـــامل القـــنوات العربية مع إشكاليات الحوار مع الآخر فى أزمة العراق مع محاولة رسم المأمول من القـــنوات العربية فى الوقت الذى يبدو فيه أن الفضائيات العربية التى نشأت كوسيلة سيطرة حكومية تحولت إلى واحدة من أكثر الأشياء التى تمدد التعتيم والضبابية التى تمارسها الأنظمة العربية(٢٠).

ثانيا : سلبيات المشهد :

ولكـــن عـــلى الـــرغم مـــن أن المنظومة الإعلامية الجديدة تدعو إلى التفاؤل ، فإنها لا تخلو من التساؤلات و التحفظات والغموض التى يرددها المهتمون بالعمل الفضائى العربى : نذكر منها التشبث بـــنظرية المؤامـــرة، تضليل الرأى العام، تضخيم الانتصارات الصغيرة، خلط الخبر بالرأى، الخوض فى تفاصيل الحرب دون تقديم فهم عميق وشامل لما يحدث، الائتمان لثقافة التمنى ، السعى لإرضاء المشاهد العربى بالعزف عما يرغب فى سماعه ورؤيته، إخضاع الرسالة الإعلامية للفضائيات للخلفية الأيديولوجية للعـــاملين بها، واستضافة المحللين السياسيين والخبراء الإستراتيجيين والعسكريين الذين لا تستند تحاليلهم إلى الواقع أو إلى أسس حقيقية على الأرض ، وتهميش العراقيين أصحاب الشأن. كذلك كان الإعلام العـــربى المرئى فى رأى بعض النقاد يتنافس لكسب أكبر عدد من المشاهدين ، ويتسابق للحصول على المعلومة ، بغض النظر هل هى صحيحة أم خاطئة ، مما جعل التنافس للأفضلية أهم من التنافس لإيصال الحقيقة . كما يرى البعض أن مراسلى بعض الفضائيات فى العراق خلال الحرب لم يكونوا واقعيين أو منصفين، وكانوا انتقائيين ومزاجيين يحاولون دائماً تصوير الجوانب السلبية للحملة العسكرية الأميركية. إلا أن الحـــرب الأخـــيرة على العراق قد أظهرت مصطلح "الحرب الإعلامية" كمكون رئيسى فى هذا الصـــراع يـــتم مـــن خلاله تقييم المشهد الإعلامى فى هذه التجربة الأولى من نوعها فى عصر سيادة الفضـــائيات والإنترنت ، كما أن الظاهرة الأبرز فى ذلك الفرق الهائل بين عرض الخدمة وحجم المادة المـــتوفرة ، فلقد سخرت مئات وسائل الإعلام نفسها التغطية - على مدار الساعة - حدث شد العالم

كلــه ، لكن حجم المادة المتوافرة كان فقيراً بصورة محرجة أمام أحداث ومشاهد متواضعة القيمة بثت على مدار ساعات الإرسال الفضائى المختلفة[٢١].

رابعا : نموذج التأثيرات الإعلامية لخطاب الأزمة : Media Effect Model

يـــثار غالـــبا مع أدبيات الخطاب الإعلامى فى إدارة إشكالية حدود التأثير التى قد تنتج من هذه الرســـائل الإعلامية ، فقد اختلفت التحليلات التى تتناول تحليلاً كاملاً لتأثيرات الإعلام على الجمهور أثـــناء الأزمات والكوارث ما بين التأثيرات المباشرة وغير المباشرة ، أو التأثيرات على القيم والاتجاهات والسلوك للأفراد أو تأثيراتها على المجتمع والثقافة والمنظومة القيمية والثقافية[٢٢].

مدخل المفهوم الشامل لاتجاه Abc :

فى مواجهـــة الرؤية التى تعتبر الاتصال أداة حاسمة فى تشكيل اتجاهات وقيم الجمهور تبرز الرؤية الـــتى تنـــتمى إلى مرحلة ما بعد الحداثة ، ويتبناها التيار النقدى فى الدراسات الاتصالية ، والتى تحاول تصحيح موقع ودور الجمهور فى العملية الاتصالية ، حيث كان ينظر إليه كعنصر متلق سلبى بالرسائل الاتصالية بشكل مطلق ، فالجمهور هو الذى ينتج المعنى الخاص به ، لأنه يفسر المضامين الاتصالية من خلال أفكار مسبقة لديه تتفق مع تكويناته الثقافية وتنشئته الاجتماعية.

وبذلك يمثل الاتجاه حجر الأساس فى عملية تكوين السلوك ويشمل ثلاثة مكونات:

(أ) المكون العاطفى : Affective Component A مثل مشاعر الحب – الكراهية – الاهتمام.

(ب) المكون المعرفى: Cognitive Component B مثل المعلومات والمعارف والحقائق.

(جـــ) المكون السلوكى: Behavioral Component C مثل السلوكيات والتصرفات.

وتشكل هذه المكونات الثلاثة ما يسمى بالمفهوم الشامل للاتجاه Abc ، والذى يبحث فى العلاقة التأثيرية المفترضة بين المكونات الثلاثة واتجاه هـــذا التأثير والاتساق بين المكونات الثلاثة.[٢٣]

إشكاليات التأثير فى إعلام الأزمات :

إلا أن ذلـــك لايمـــنع وجود بعض الإشكاليات التى تواجه تأثيرات إعلام الأزمات والكوارث ، ومنها :

- عـــدم وجـــود توزان بين الجوانب الوجدانية والمعرفية والسلوكية ، من خلال الموازنة بين الجوانب المختلفة للأزمات والكوارث المتمثلة فى نتائج الأزمة والمشكلة وأسبابها والحلول المطروحة وفقا لنظرية

الموقـــف المشـــكل ، حيث يتم التركيز فى الاستمالات على الرسائل التحذيرية أو التأثيرات المباشرة وقصيرة المدى .

- عدم وجود توازن بين الآثار المباشرة وغير المباشرة ، أو التركيز على نظريات الانماء الثقافى وترتيب أولويـــات القضايا وبناء الصور والرموز كمصدر لمعرفة الواقع وتحديد أنماط تعاملهم وسلوكهم مع هذا الواقع .
- فى مراحل الأزمة تثار إشـــكالية التركيز على مرحلتى الاســـتعداد والوقاية وضعف الاهتمـــام ببقية المراحل ، وفى مقدمتها مرحلة استعادة النشاط والتعلم.
- فى مـــرحلة رد الفعل : يخشى ظهور آثار مقصودة وتداعيات غير مطلوبة للرسائل الإعلامية ، منها زيادة الشعور بالخطر لدى الجمهور أو عدم فهم وترجمة الرسائل الإعلامية لأسباب تتعلق بعيوب فى تصميم الرسالة أو قنوات التوصيل أو الموقف الاتصالى ذاته أو الخصائص الفردية والمتباينة بين فئات الجمهور المتلقى ، مما يضاعف حدود إثارة الذعر دون وجود وعاء لاستقبال رد الفعل النفسى الناجم عن هذه الحالة الذعرية لتعديل وترشيد السلوك الاتصالى[٢٤].

الدراسات السابقة :

يمكن تحديد أطر الدراسات السابقة التى ارتبطت بموضوع الدراسة بصورة غير مباشرة إلى المحاور التالية :

المحور الأول : دراسات تستهدف إدارة وسائل الإعلام للأزمات والأحداث الطارئة :

يشـــير المهتمون بشأن أداء الإعلام العربى فى إدارة الأزمات أن هناك عددًا من الإشكاليات التى تناولت هذه القضية فى مقدمتها عدم التخطيط والاستخدام العلمى لبناء الرسالة ، مما انعكس سلبا على ردود أفعـــال الجمهور إزاء الرسائل المقدمة كما أوضحها محمد شومان ٢٠٠١ فى رصده لإشكاليات مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث[٢٥] .

إلا أنه قد سعى عدد من الباحثين إلى رصد دور وسائل الإعلام فى وقت الأزمات، ومنها دراسة هويـــدا مصطفى ١٩٩٤ التى اهتمت بتعرف كيفية معالجة التليفزيون المصرى والدولى لحرب الخليج ، والتى توصلت فيها إلى اهتمام التغطية بجوانب هامشية وإغفال نواح رئيسية فى الأزمة[٢٦].

كمـــا توصـــلت نـــوال الصفتى ١٩٩٩ فى دراستها لدور الصحافة المصرية فى معالجة الأزمات والأحداث الطارئة بالتطبيق على أحداث الكشح ، إلا أن الصحف المصرية تناولت فى عرضها مسارات

الـــبرهنة للتدليل على مصـــداقية الطرح الإعلامى حـــول الأزمة فى مجموعة الاستشـــهادات التاريخية والدينية والثقافية ، ثم جاءت مســـألة عرض الأحداث من كافة جوانبها فى الترتيب الثـــانى دون إبداء رأى فيها[٢٧].

أما إيناس أبو يوسف ٢٠٠١ ففى دراستها للخطاب الصحفى العربى بين الذات والآخر بالتطبيق عـــلى الأزمـــة العراقـــية الأمريكية فى فبراير ١٩٩٨ فقد أثبتت أن الخطاب الصحفى العربى لم يقدم إســـتراتيجية موحدة لإدارة الأزمات ، فعلى الرغم من الاتفاق فى أسباب الأزمة فقد اختلفت المبررات والبراهين المقدمة ، كما اختلف موقف ووضع وصورة القوى الفاعلة فى إدارة الأزمة فى معالجة الجرائد الثلاث موضع البحث : القادسية العراقية – الأهرام المصرية – النيويورك تايمز الأمريكية[٢٨]. وهى كلها دراســـات تؤكد وجود مشكلة فى تطبيق أدبيات إدارة الأزمة إعلاميًّا فى مجالات الأزمات والكوارث التى تواجه العالم العربى .

المحور الثانى : دراسات تستهدف التعامل مع نموذج الأطر الإعلامية :

كمـــا تعددت الدراسات التى تثبت التزام الخدمات الإعلامية بإطار إعلامى تتحرك المؤسسة فى داخلـــه لاينفصـــل عـــن أجندتها السياسية ، ومنها دراسات محمود عبد الحميد١٩٩٧ – وهشام عبد المقصـــود ١٩٩٥ كذلـــك دراسة دينيس إيفرت ١٩٩١ عن تأثير ظروف بيئة العمل الإعلامى وقت الأزمات، وما تمثله هذه الظروف من ضغوط تؤثر على العمل الإعلامى وطريقة تحرير وتقديم الأخبار.

كما أبرزت عدد من الدراسات تأثير الرسائل الإعلامية فى أوقات الأزمات على الجمهور وكيف أنهـــا تركز على التأثيرات الوجدانية ثم المعرفية ، ونادرًا ما تتعرض للتأثيرات السلوكية ، وبرز فى هذا الاتجاه دراسات : Horlick, Amendola & Casale 1995- Geddens 2000-Simon 1997- شومان ٢٠٠١– مها الطرابيشى ٢٠٠١– نوال الصفتى ١٩٩٨ وآخرون .

المحور الثالث: دراسات تتعامل مع التأثير الإعلامى للإعلام الفضائى على الجمهور :

دراســـات تناولت تعرض الجمهور بتصنيفاته المختلفة إزاء مضمون وسائل الإعلام ، وأثبتت هذه المجموعـــة أن اتجاهـــات آراء الجمهور تعتمد فى المقام الأول على حجم ما تكمله له هذه الوسائل من عناصـــر ثلاثـــية وفقا لمدخل المفهوم الشامل للاتجاه Abc وهى المكون العاطفى والمعرفى والسلوكى ، وأثبتت أن الجمهور قد يلجأ إلى وسائل الاتصال لإزالة حالة الغموض التى تصادفه أو نتيجة لنقص فى

المعلومات . ومن أبرز هذه الدراسات : حنان كيلانى (١٩٩٣) – انشراح الشال (١٩٩٤) – كروس Cross (١٩٨٣) – ماكدونالد Mc Donald (١٩٨٣) هلبرن Halpern (١٩٩١) – حســن على (١٩٩٨) – هوفســتلر وســتراند Ofsteller & Strand ١٩٨٣ مــن جامعة ميتشجان الأمريكية Michigan University ، وكذلــك جــارمونى واتكــن Ch. Atkin Garramne & (١٩٨٦) وكينامر Kennamer (١٩٨٦) ، ديارى جونســن D: Johnston – هورســتمان Horstman (١٩٩١)- دومنيــك لاســورســا D.Lasorsa (١٩٩١) – الأخــوان ميــلرز M & K.Miller (١٩٩٧).[٢٩] .

المحور الرابع : دراســات تتناول دور الخطــاب التليفزيونى الإخبارى كوســيلة لبناء المعنى :

كذلك تعددت الدراسات التى أكدت تفوق التليفزيون كمصدر للأخبار لدى المتلقى وخاصة فى مجــال الإعلام الفضائى حيث يتفوق التليفزيون كوسيلة إخبارية فى ظل ثورة الاتصال ، والتى أتاحت إمكانــة معالجة الموضوعات عن بعد ، وذلك نتيجة لتكنيكات الصورة المستخدمة وما يتبعه من تحليل لــلحدث ممــا يساعد فى زيادة إدراك الجمهور السياسى وتكوينه للأجندة السياسية[٣٠] ، ومع اتساع نطاق التغطية الجغرافية للإرسال التليفزيونى وتعدد قنوات التليفزيون الدولى وتطور استخدام الاتصالات الفضــائية وتزايد الوعى بأهمية الوظيفة الإخبارية للتليفزيون ؛ خصوصا فى أوقات الأزمات والأحداث الطارئة[٣١].

– فلقد أثبت الباحثون أن الأخبار التليفزيونية، تعد من أكثر المضامين تفضيلاً لدى المتلقى بل أكثرها استعمالاً، فبحسب محددات ليفى M.Levy هناك خمسة مجالات مختلفة لمشاهدة الأخبار التليفزيونية وهى: المراقبة والطمأنة Surveillance-Reassurance – التوجيه المعرفى Cognitive Orientation – خــلق اســتياءات Dissatisfactions– التوجيــه العاطفى Affective Orientation– التســلية Diversion[٣٢]، والأفراد أصبحوا ينظرون إلى التليفزيون باعتباره وسيلة تعكس الواقع ويسعون من خلالهــا للحصول على المعلومات التى يحتاجونها عن الحياة الواسعة . فعلى مستوى الواقع الأمريكى أكــد روبى Rubey اقتــناع المواطن الأمريكى بدور التليفزيون فى تشكيل الواقع اليومى وخبرات الأفــراد ، ومن ثم الاعتماد عليه فى عملية الإمداد بالمعلومات العامة وتكوين الشخصية[٣٣] ، وهذا الإحســاس بالواقعية من خلال الصورة وعناصرها والذى يقدمه التليفزيون يعطى إحساسا مماثلا فى الاعتقاد بواقعية مضمون المعلومات المقدمة من خلاله[٣٤].

كذلك أكد الباحثون أمثال جيمس بوتر J.Potter أهمية التليفزيون وبرامجه فى القيام بغرس القيم والمعــتقدات الــتى تشكل السلوك وخاصة لدى الشباب و المراهقين . وما يضاف أيضا من خصائص للتلــيفزيون يحدده جودى كوهين J.Kohen فى تشجيع أهداف المشاركة الديمقراطية والمساعدة على حفظ السلطة الاجتماعية ، وخاصة إذا كانت المادة المقدمة تساعد فى تدعيم الرؤية النقدية Critical View وتشجيع المشاهد على التفكير والإحساس بأنه ليس سلبياً فى سير الأحداث وتتابعها وإنما له دور فيها[٣٥]

- هــذا بخلاف ما أثبتته الدراسات والأبحاث عن وظيفة أخبار التليفزيون المحلية ، فمن خلال الأخبار المحلية يمكن للتليفزيون أن يساهم فى ربط المشاهد بأحداث وطنه وتعبئة شعوره القومى ومخاطبة عقله ووجدانه مما يسهل لــه أن يكون رأيا عاما لديه يساعد فى تعرف المشاركة الفعالة[٣٦] .

مقاربة منهجية للدراسات السابقة :

ويمكـــن التوصل من خلال العرض السابق للدراسات السابقة القريبة الصلة من موضوع الدراسة الحالية أن هناك بعض الإشكاليات التى تتناول مدى تطبيق الأساليب المثلى فى الأداء الإعلامى العربى فى الأزمـــات والكوارث والأحداث الجارية كما أثارت الدراسات السابقة أهمية الأخذ بعين الاعتبار تأثير الإطـــار الإعلامى الذى تعمل بداخله المؤسسات الإعلامية ، والذى يرتبط ارتباطا وثيقا بالاعتبارات السياسية والأجندة السياسية التى تحكم النظام السياسى للدولة أو ما يطلق عليه مرجعية الوسيلة ، كما ركزت دراسات عديدة على مدى أهمية الإنتاج الإخبارى فى الفضائيات العربية كوسيلة لمعالجة الأزمة وتلقى المشاهد العربى المعلومات من خلالها بالإضافة إلى ما تنتجه متابعته لها من تأثيرات متباينة وجدانية ومعرفية وسلوكية .

بحيث باتت المادة الإخبارية التليفزيونية من أهم المواد التى تحظى بإقبال جماهيرى ومشاهدة عالية ولربما مصداقية أيضاً ، كنتيجة طبيعية لعدد من السمات التى تحملها الصورة التليفزيونية كوسيلة إعلامية لها خصوصيتها تساعدها فى ذلك القـــدرة علـــى نقل الرموز بشكل مباشر بحيث يسهل على المتلقى فهـــم الحدث واستيعابه من خلال المؤثرات البصرية والصوتية معاً ؛ فاشتراك الصوت والصورة يسهل عملية الإدراك ويخفض الجهد المبذول لالتقاط المعانى.

كمـــا أبرزت الدراسات الحاجة الملحة من قبل الجمهور فى الحصول على الأخبار والمعلومات ، حيث يقوم بالبحث عنها فى وسائل اتصالية أخرى تدخل فى مقدمتها الشبكات الإخبارية المتخصصة ، وذلـــك فى حالة إحساسه بالغموض وعدم الفهم . الأمر الذى يلقى بظلال المسئولية علـــى القائمين

بالاتصال فى مجال الخدمات الإخبارية التلفزيونية العربية فى سبيل توصيل المعلومات والأخبار المطلوبة فى إطار إستراتيجيته لإدارة الأزمات .

وبالــرغم من عدم تنــاول الدراسات السابقة لموضوع مماثل لموضوع الدراسة تحديدا ، إلا إنها أفادت الباحثة فى تطــوير الإطار النظرى للبحث وكذلك فى تحــديد المتغيرات التى ينبغى إخضــاعها للبحث ، وقدمت أساسا علميا ونظريا متكاملا لرصد أسباب الإشكالية وتحديد طرق وآليات علاجها، وتقديم مقترحات لدور الإعلام العربى فى إدارة الأزمات بالتطبيق على الأزمة العراقية .

الإطار المنهجى للدراسة :

نوع الدراسة :

تعــد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التطبيقية التى تهدف إلى تصوير وتحليل وتقييم خصائص موقــف معين. وتسعى إلى الوقوف على رصد وتحليل إدارة القنوات الإخبارية العربية (الجزيرة – النيل للأخــبار – العربية) للأزمات بالتطبيق علىأزمة العراق (حالة احتلال بغداد) ، وكذلك تسعى إلى قــراءة تقييم النخبة العربية لأداء الخطاب الإعلامى العربى المقدم فى هذه الفضائيات للأزمة العراقية فى هذه المرحلة .

منهج الدراسة :

تم الاعــتماد على منهج المسح بأسلوب الحصر الشامل لجمع بيانات الدراسة التحليلية باستخدام أسلوب تحليل المحتوى بهدف الوصف الموضوعى والمنتظم والكمى للمحتوى الظاهرى لمــادة الاتصال ، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة فى تساؤلات البحث ؛ طبقًا للتصنيفات البحثية التى حددتها الباحثة فى دراستها.

وكذلــك منهج المسح بالعينة باستخدام الاستقصاء بالمقابلة لجمع بيانات الدراسة الميدانية بهدف تحديد اتجاهات الجمهور المستهدف من الدراسة[٣٧] .

إجراءات دراسة تحليل المضمون :

مجتمع الدراسة :

يعد المضمون الإخبارى بمختلف أشكاله المقدم من خلال القنوات الإخبارية الثلاث : الجزيرة – النيل للأخبار – العربية هو المجتمع الأصلى للدراسة التحليلية المقدمة.

أسباب اختيار العينة :

تشترك القنوات الثلاث فى التخصص نفسه حيث إنها قنوات إخبارية فضائية تعمل على مدى ٢٤ ساعة .

تعـــد هـــذه القـــنوات الثلاث هى الأعلى فى نسب المشاهدة للجمهور العربى من بين القنوات الإخبارية العربية الأخرى .

تتـــبع القنوات الثلاث الحامل الفضائى نفسه – القمرالصناعى المصرى نايل سات مما يتيح فرصة متابعة أيسر للمشاهدين.

تمثل القنوات الثلاث أنماطًا مختلفة من الملكية (ما بين خاص وحكومى) والجنسية والأطر الإعلامية التى تنبنى عليها سياستها الإعلامية مما يتيح فرصة لعقد المقارنات واستخراج الدلالات .

الإطار الزمنى :

تم التعامل مع الفترة الزمنية الممتدة من ١٥ مارس ٢٠٠٣ إلى ١٥ ابريل ٢٠٠٤ (فترة الأزمة) كإطـــار زمـــنى للدراسة المقدمة بواقع نشرة إخبارية رئيسية يوميا لكل قناة، وقد تم اختيار هذه الفترة الزمنية للأسباب التالية :

١- إنهـــا تمثل فترة زمنية تتناول المراحل الثلاث للأزمة : قبل – أثناء – بعد الأزمة : بدءا من دخول قوات التحالف فى ٢٠- مارس ٢٠٠٣ حتى احتلال بغداد ٩ أبريل ٢٠٠٣ مما يتيح الخروج بنتائج تسمح للوصول إلى العلاقات الارتباطية والدلالات التى تسعى الدراسة إلى استنباطها.

٢- شملت الفترة الزمنية للدراســـة عديدًا من الأحداث السياســـية والمتغيرات ، وهـــو الأمر الذى له انعكاســـات كبيرة على دلالات وإحداثيات الظاهرة موضع البحث وتأثيراتها علىجمهور النخبة العربية موضع الدراسة .

فروض وتساؤلات الدراسة :

فروض الدراسة :

- هـــناك فروق دالة إحصائيًا فى تغطية مراحل أزمة العراق –حالة السقوط – وأداء القنوات الإخبارية الثلاث .
- هـــناك علاقة ارتباطية بين الإطار الإعلامى للقنوات الإخبارية العربية وبين تغطيتها لأسباب وملامح وعلاج أزمة العراق – حالة احتلال بغداد – من حيث :

- هـــناك علاقـــة بين بناء الخطاب الإعلامى فى هذه القنوات وبين مرجعية الوسيلة فى تغطيتها لأزمة العراق .
- هناك علاقة بين صورة الفاعلين والمواقف السياسية للدول فى أسلوب تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق .
- هناك علاقة ارتباطية بين المستوى التكنولوجى ومعالجة أزمة العراق فى الفضائيات العربية .
- هـــناك فروق دالة إحصائيًا بين أنواع تأثيرات الخطاب الإعلامى (وجدانى – معرفى –سلوكى) فى القنوات الثلاث ومعالجة أزمة العراق .
- هناك علاقة تأثيرية بين تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق وأجندة وسائل الإعلام الدولية .
- لاتوجد علاقة ارتباطية بين تغطية الفضائيات العربيةلأزمة العراق وأدبيات مخاطبة الآخر .

وتســـعى الدراســـة إلى إثبات فرضياتها من خلال الإجابة عن عدد من التساؤلات الرئيسية على النحو التالى :

تساؤلات الدراسة التحليلية :(قبلى – أثناء – بعدى) :

كيف قيل :

١- ما نمط الملكية للقنوات الإخبارية الثلاث ؟

٢- ما مدى تناول أسباب أزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث ؟

٣- ما مدى تناول ملامح أزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث ؟

٤- ما مدى تناول علاج أزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث ؟

٥- مـــا مصـــادر الأخبار التى اعتمد عليها الخطاب الإعلامى العربى لأزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث ؟

٦- ما مدى توزان الخبر فى الخطاب الإعلامى لأزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث ؟؟

٧- مـــا الأوصاف المستخدمة فى الإدارة الإعـــلامية لأزمة العراق – حالة احتلال بغـــداد (معجمية الحرب)؟

٨- ما الأساليب الإقناعية المستخدمة ، ومسارات البرهنة فى الخطاب الإعلامى لأزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث ؟

٩- ما أنواع التأثيرات المطروحة فى الخطاب الإعلامى العربى لأزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث ؟

١٠- ما تصنيفات القوى الفاعلة فى الخطاب الإعلامى لأزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث ؟

ماذا قيل :

١١-مــا المســاحة الزمنية للصورة التليفزيونية فى الخطاب الإعلامى لأزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث ؟

١٢- ما مدى التوافق بين النص والصــورة فى الخطاب الإعــلامى لأزمة احتلال بغــداد فى القنوات الثلاث؟

١٣- ما نوعية الأصوات المستخدمة فى الخطاب الإعلامى لأزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث ؟

١٤- ما درجة الاستعانة بالمعينــات الفيلمية فى الخطاب الإعلامى لأزمة احتلال بغــداد فى القنوات الثلاث؟

١٥- ما الأشكال التحريرية المستخدمة فى الخطاب الإعلامى لأزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاثة؟

١٦- ما اللغة المستخدمة فى الخطاب الإعلامى لأزمة احتلال بغداد فى القنوات الثلاث؟

أدوات تحليل المضمون :

تم قياس تحليل المضمون للفضائيات المقدمة من خلال استمارة تحليل مضمون مقسمة وفقًا لفئات: ماذا قيل وكيف قيل وفق الإطار النظرى لإدارة أزمة العراق إعلاميًّا ومعالجة الفضائيات العربية لها .

تحديد فئات تحليل المضمون :

قامت الباحثة بإجراء تحليــل لعينة Pilot Study بغرض تحديد الفئات الخاصة بالدراســة ، كما اســتفادت الباحثة من الدراسات السابقة التى تعرضت لموضوعات قريبة من الدراسة وقد روعى عند وضــع الفئات: أن تكون الفئات مستقلة فلا تقبل التصنيف تحت فئة أخرى ، وأن تكون شاملة بحيث يوجد لكل مادة فى العينة فئة تصنف تحتها من خلال فئة المضمون (ماذا قيل)وفئة الشكل (كيف قيل) .

أدوات جمع البيانات وأساليب القياس :

اعتمدت الباحثة فى جمع بيانات دراستها التحليلية على استمارة تحليل المضمون :

وفقاً لفئات المضمون والشكل :فئات التحليل ماذا قيل وكيف قيل؟.

ماذا قيل :

١- فئة الملكية : حكومى - خاص .

٢- فئة تناول أسباب الأزمة : كامل- متوسط- محدود .

٣- فئة تناول ملامح الأزمة ؟ كامل - متوسط - محدود .

٤- فئة تناول علاج الأزمة ؟ كامل - متوسط - محدود .

٥- فئة المصادر/حسب الجنسية : مصادر عربية (تحدد)- مصادر غير عربية (تحدد) .

٦- فئة توازن الخبر:عرض جانب واحد -عرض الجانبين-عرض جوانب متعددة.

٧- فئة وصف أحداث الأزمة .

٨- فـئة الأســاليب الإقناعية المستخدمة ومسارات البرهنة؟ الأسلوب العقلى- الأسلوب العاطفى- الأسلوبان معًا.

٩- فئة التأثيرات المطروحة فى الخطاب الإعلامى العربى؟ وجدانى - معرفى - سلوكى .

١٠-فـئة الشخصـية المحورية (الفاعلون): وتعنى الشخصية المحورية التى يدور حولها الحدث: رئيس دولة-رئيس وزراء- مسئول- هيئة غربية- هيئة عربية - مواطن.

كيف قيل :

١١-فئة علاقة الصورة بالصوت : متطابقة- تضيف إيجابا - تضيف سلبًا.

١٢-فئة الصوت المصاحب: مذيع/صوت طبيعى/موسيقى/دون صوت/أغنية/ أخرى.

١٣-فئة القالب الفنى : خبر- خبر + تقرير- تحقيق - مراسل - مقابلة - بث مباشر - أخرى .

١٤-فئة المعينات الفيلمية:-نص+خريطة -نص+صور ثابتة-نص+أرشيف-نص + صور حية- نص + أقمار صناعية - نص + اتصال هاتفى - دون .

١٥--فئة اللغــة المستخدمة :- لغة عربية-- لغة إنجليزية-- لغة عربيــة مصحوبة بترجمة إنجليزية - أخرى .

إجراءات الصدق والثبات : - Reliability &Validity

صدق التحليل:

عرضـــت الاســـتمارة على عدد من المحكمين من رجال الإعلام وخبراء مناهج البحث، ثم قامت الباحثة بإجراء التعديلات التى اقترحها المحكمون سواء فى فئات الشكل أو المضمون .

ثبات التحليل :

تم الاســتعانة بــثلاثة من الباحثين قاموا بتحليل عينة من عينة الدراسة ، ثم قامت الباحثة بإجراء اختبار درجة الاتفاقInter-Coder Agreement بين الباحثين ، وبلغ معـــامل الارتباط الخاص بمدى الاتفاق ٩٣، من خلال تطبيق معادلة هولستيHolesti لقياس درجة الاتفاق[٣٨].

إجراءات دراسة الجمهور :

مجتمع الدراسة :

◆ أجريت الدراسة المقدمة على جمهور النخبة العربية (سياسية وإعلامية) لمعرفة آرائها واتجاهاتها إزاء الإدارة الإعلامية للقنوات الإخبارية الثلاث لأزمة العراق .

عينة الدراسة :

حددت الباحثة حجم العينة (١٥٠مفردة)باستخدام أســـلوب العينة العمدية المتاحة Purposive Sample وقد تم الاختيار وفقا للاعتبارات التالية :

◆ مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية الثلاث موضع الدراسة ليتسنى لهم تقييم أدائه وحجم فعاليته.

◆ المستوى الفكرى والثقافى المرتفع بالنسبة للنخبة العربية.

◆ وفى حالة الدراسة المقدمة يتضح أن الضرورة البحثية تقتضى هذا النوع من العينات العمدية المتاحة؛ حيـــث إنـــه لا توجد جدوى من إجراء الدراسة عند فئات أخرى من الجمهور لا يشاهدون المنتج الإخبارى فيها ولا يتوافر لديهم درجة الوعى والثقافة الكافية والتى تسمح لهم بفهم القضية بشكلها المطروح واستنباط الدلالات المختلفة.

أدوات جمع البيانات وأساليب القياس :

اعتمدت الباحثة فى جمع بيانات دراستها الميدانية على صحيفة استبيان بالمقابلة ، بهدف الحصول عـــلى البيانات المطلوبة من خلال عدد من الأسئلة التى تغطى أبعاد الدراسة المختلفة ، حيث تم وضع مقـــياس خـــاص بالدراسة يسعى للإجابة عن التساؤلات الرئيسية للبحث لقياس مدى تحقيقه لأهدافه والخطة الموضوعة له .

اختبارا الصدق والثبات :

صدق التحليل :

- عرضـــت الاســـتمارة على لجنة المحكمين من الإعلاميين وخبراء مناهج البحث، لمعرفة ما إذا كانت الاستمارة تقيس بالفعل ما وضعت لقياسه . وقامت الباحثة بعرض الاستمارة على عدد من أساتذة وخبراء الإحصاء ، وكانت نســبة الاتفاق بين هؤلاء المحكمين وفقًا للقياس الذى وضـــعته الباحثة ٩٨% على مستوى جميع الفئات ،كما قامت الباحثة بإجراء التعديلات التى اقترحها المحكمون .
- إجـــراء دراســـة استطلاعية Pilot-Study : على عينة قدرها ١٠% من المبحوثين للتأكد من فهم الاستمارة وتحقيقها لأهدافها ثم صياغة الاستمارة فى صورتها النهائية لنتائج الاختبار القبلى.

ثبات التحليل :

مـــن خـــلال إجـــراء اختبار بعدى Re-Test على ١٠% من عينة الدراسة بعد إجراء الدراسة لاستخلاص نسبة الثبات المسموح بها فى الدراسات العلمية.

المعالجة الإحصائية

بعدالمراجعة لضبط جودة بيانات الدراسة الميدانية،تم ترميز البيانات وتفريغها وإدخالها إلى الحاسب الآلى ومعالجـــتها إحصـــــائيًا مـــن خـــلال برنامج "Spss" Statistical Package For Social Sciences [٣٩] وهو البرنامج المعنى بالدراسات والأبحاث ذات الطبيعة الاجتماعية ، وقد تمت المعالجة الإحصائية بالاستعانة بعدد من المقاييس والإجراءات الإحصائية المناسبة لكل هدف للتحقق من صحة فروض الدراسة التى تم تحديدها وهى :

- مقياس اختبار المطابقة كا٢ : لقياس العلاقة مابين المتغيرات ، ومعامل بيرسون كأحد تطبيقاتها مربع كا٢ ومعامل ارتباط برسون : - Chi Square + Pearson عند درجة ثقة ٩٥% ومستوى معنوية ٠,٠٥%.
- اختبار معنوية الفروق بين نسبتين:T.Test.
- ب – اختبار تحليل التباين Anova-Analysis Of Variance-.

مناقشة النتائج :

أولا : الدراسة التحليلية :١) – فئات المضمون :

وتحدد بيانات الجدول التالى نتائج تحليل المضمون لعينة النشرات الإخبارية فى القنوات الثلاث :

جدول (١) : يوضح نتائج تحليل فئات المضمون فى معالجة القنوات الثلاث لأزمة احتلال العراق .

الفئة/ القناة	الجزيرة		النيل للأخبار		العربية	
جنسية مالك القناة	قطرية		مصرية		سعودية	
الملكية	خاص		حكومى		خاص	
المصدر:						
• عربية	٢٢	٧٣,٤	٢١	٧٠	٢٢	٧٣,٤
• غير عربية	٤	١٣,٣	٥	١٦,٦	٤	١٣,٣
• غير محدد	٤	١٣,٣	٤	١٣,٤	٤	١٣,٣
الإجمالى	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
مراحل الأزمة :	٢٣	٧٦,٦	٢٣	٧٦,٦	٢٢	٧٣,٣
• أسباب الأزمة	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
• ملامح الأزمة	٧	٢٣,٣	٦	٢٢,٢	٤	١٣,٣
• علاج الأزمة						
حجم التوازن :	٢	٦,٦	٣	١٠	٣	١٠
• جانب واحد	١٨	٦٠	١٥	٥٠	١٧	٥٦,٦
• وجهتا النظر	١٠	٣٣,٤	١٢	٤٠	١٠	٣٣,٤
• متعددة						
الإجمالى	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
الوصف :	٧	٢٣,٣	٨	٢٦,٦	٥	١٦,٧
• حرب العراق	٢٣	٧٦,٦	٢٢	٧٣,٤	٥	١٦,٧
• الحرب علىالعرق	–	صفر	صفر	صفر	٢٠	٦٦,٦
• حرب الخليج الثالثة						
الإجمالى	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠

الفئة/ القناة	الجزيرة		النيل للأخبار		العربية	
الأساليب :	١٥	٥٠	١٠	٣٣,٤	١٤	٤٦,٦
• عاطفية	١٠	٣٣,٤	١٣	٤٣,٣	١٢	٤٠
• عقلانية	٥	١٦,٦	٧	٢٣,٣	٤	١٣,٤
• كلتاهما						
الإجمالى	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
التأثيرات :	١٣	٤٣,٣	١٢	٤٠	١٣	٤٣,٣
• وجدانية	١٣	٤٣,٣	١٦	٥٣,٣	١٧	٥٦,٧
• معرفية	٤	١٣,٤	٢	٦,٧	—	صفر
• سلوكية						
الإجمالى	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
الفاعلون	٢١	٧٠	٢٢	٧٣,٣	٢٣	٧٦,٦
• رسميون	٩	٣٠	٨	٢٦,٤	٧	٢٣,٤
• غير رسميين						
الإجمالى	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠

عـــند إعـــادة قراءة بيانات الجدول السابق الذى يحدد النتائج العامة للدراسة التحليلية من حيث المضمون يتضح أن :

١- فئة المصدر :

مـــن واقع ما قدم من إنتاج إخبارى فى الخدمات الثلاث - موضع الاختبار - يتضح تفوق كبير لنسبة الاعتماد على المصادر العربية وبالتحديد المراسل كمصدر حى للحدث فى القنوات الثلاث مقارنة بالمصـــادر غير العربية أو غير المحددة حيث سجلت فى أداء كل من قناتى : الجزيرة والعربية ٧٣,٤ % مقابل ١٣,٣ % للمصادر غير العربية ، وتفوقت شبكات : رويترز و **BBC-CNN-AP** ،كمصادر للأخبار ، وظهرت فئة المصادر غير المحددة بنسبة ١٣,٣ % والتى قصد بها عدم ذكر المصدر وتركزت هذه المفردات فى مرحلة ما بعد الأزمة وبشكل واضح فى مشاهد : سقوط المدينة وإسقاط تمثال صدام وفوضى المدينة بعد السقوط .

واســتقرت النتــيجة نفســـها فى أداء قناة النيل للأخبار بالرغم من وجود فروق إحصائية حيث سجلت نسب ٧٠ % للمصادر العربية مقابل ١٦,٦ % للمصـــادر غير العربية و ١٣,٤ % للمصادر غير المحددة ، ويمكن تفسير هذه الفروق إلى طبيعة الفروق فى المكونات الفنية والمادية لهياكل كل خدمة من الخدمات الثلاث .

وهذه النتائج تؤكد نتيجة مهمة ، وهى : أن الإعلام العربى المرئى صارخلال الحرب مصدراً مهماً للأخبار مما كساه صبغة ليست فقط إقليمية بل وعالمية ، وكان نسبيًّا إنجازا إيجابيًّا خاصة إذا قارنا هذه الحرب بحرب الخليج الثانية سنة١٩٩١ حيث كانت «سى. إن. إن» المصدر الوحيد للصورة والمعلومة .

وتختلف هذه النتيجة مع إشكاليات الاختلال الإخبارى للمعلومات والتى قدمها Galtung 1981 وآخرون بأن هناك سيطرة لوسائل الإعلام الغربية وهى نتيجة ربما تحتاج إلى النظر فى أسباب حدوثها ، ومن ثم تعزيزه من أجل توازن الموقف الإعلامى الدولى[٤٠].

٢- فئة أسباب الأزمة :

ظهر ارتفاع ملحوظ فى معالجة الأزمة فى مرحلتى ما قبل الأزمة ، وانفجار الأزمة من حيث ذكر الأســباب وملامــح الانفجار ، حيث سجلت الجزيرة نسبة ٧٦,٦ % فى التمكن من ذكر الأسباب مقابل ١٠٠ % للحظة الانفجار واتفقت معها فى النتيجة نفسها قناة النيل للأخبار وقناة العربية بنسبة ١٠٠ % ، بينما أظهرت النتائج وجود ضعف فى مستوى إدراك الخدمات الثلاث للمرحلة الأخيرة من الأزمـــة برصد الحلول والمبررات وسبل الخلاص ، بنسب ٢٣,٣ % للجزيرة ٢٢,٣ % للنيل للأخبار بينما سجلت العربية نسبة ١٣,٣ .

ويمكن تفسير هذه النتيجة نظرًا للتطور السريع لمتغيرات الأزمة التى لم تكن مبررة بشكل له دليــل مــادى ملموس ، الأمر الذى جعل القنوات الفضـــائية تقف حائرة أمام مشكلة ضعف المعلومات فى المرحلة الثالثة بعد سقوط المدينة ، واكتفت بتحليلات للموقف وقراءات للخبراء دون وجود إستراتيجية محددة للخروج من الأزمة[٤١].

٣- فئة توزان الخبر :

أثبتت الخدمات الإخبارية الثلاث توازنا فى معالجتها لأحداث الأزمة ، وبشكل خاص التركيز على عرض وجهتى النظر كما ظهرت نسب مرتفعة إلى التركيز على وجهات النظر المختلفة دلالة على بلوغ أعلى درجات التوازن فى التغطية .

كذلك ، فإن هذه الدراسة قد كشفت عن التزام المحطات العربية بالموضوعية فى التناول أو التوازن فى عرض وجهات النظر المختلفة ، ويساعدها فى ذلك وجود هامش أعلى نسبيا من الحرية والقدرات الفنـــية تسمح لها بإمكانة تعدد واختلاف الآراء إذا ما رغبت أو حرصت على ذلك ؛ مما يجعلها أكثر موضوعية اتفاقا مع مقياس كيللنر للموضوعية Kellener 1992[٤٢].

٤- فئة وصف الأزمة :

اختلفـــت معجمــية الحرب فى الخدمات الثلاث حيث تفاوت استخدام المصطلحات والالفاظ الواصـــفة للحدث والتى استخدمتها قناة الجزيرة وقناة النيل للأخبار كوصف : "الحرب على العراق" بينما تزايد استخدام قناة العربية لوصف "حرب الخليج الثالثة ".

وهى بذلك تغلب الإطار الإعلامى ومرجعية الوسيلة فى الاستخدام الانتقائى للوصف وفق نموذج كورنـــاك فى التحيز الاتصالى Imt (Information Manipulation Theory) والذى يقترح بأن الرســالة الاتصـــالية مـــن خلال استخدامها لمضامين وأوصاف مختلفة يمكن أن تكون مقياسا لإثبات وجهات النظر فى أداء الوسيلة ، فعلى سبيل المثال استخدم كورناك لفظ Manipulation للدلالة على المعالجة ، و لم يستخدم Treatment فالأولى فى ترجمتها اللفظية تعنى المناورة والتلاعب ، أما الثانية فهى تـــتعلق بالمعالجة بمفهومها البسيط[٤٣] وانعكس ذلك فى اختلاف معجمية الحرب فى القنوات الثلاث - موضع الدراسة - بالتأثر بالإطار السياسى والمرجعى للوسيلة .

٥- فئة الأساليب الإقناعية ومسارات البرهنة :

ظهـــروجود فروق فى استخدام الأساليب الإقناعية وارتفع معدل استخدام الاستمالات العاطفية لقـــناة الجزيـــرة تلتها قناة العربية ثم قناة النيل للأخبار - أما فيما يتعلق بنسبة استخدام الأسلوبين معا (العقلى والعاطفى) ، فقد أظهر ارتفاعاً ملحوظاً وهو منطقى عند بناء الرسائل الاتصالية المختلفة ؛ لأنه دائمـــا هـــناك ثمة حقيقة ومعلومات يعتمد عليها الخبر، وهى التى تشكل الجانب العقلى منه، وهى فى

معظـــم الأحـــيان الســـبب الرئيسى للاعتماد على الوسيلة كمصدر للأخبار ، حيث يلجأ إليها الفرد للحصول على المعلومة وفقا لافتراضات نظرية الاعتماد (Dependency Theory-De Fleur-1984)، ولكـــن تتـــبقى طريقة عرضها أو معالجتها والتى تشكل التأثير النهائى لدى المتلقى والتى يستخدم فيها القائم بالاتصال ما يبتغى من الأساليب التى تخدم أغراضه وهدف رسالته[٤٤].

فئة تأثيرات الرسالة :

ارتبطـــت هـــذه الفئة بالفئة التى سبقتها وهى : أنه كلما استخدمت الخدمة الأساليب العاطفية ومســـارات البرهنة الدينية والثقافية ارتبط ذلك بمخرجات تأثيرية وجدانية وعاطفية والتى بلغت أعلى نسبة لها فى أداء قناة الجزيرة ثم العربية ثم النيل للأخبار ، وإن اتفقت الخدمات الثلاث فى نسب ضئيلة للـــتأثيرات السلوكية وهو ما يتفق مع دراستى سوزان القلينى ١٩٩٨ – مها الطرابيشى ٢٠٠١ – عن تغليب التأثير الوجدانى فى أوقات الأزمات .

فئة القوى الفاعلة :

تحـــددت أدوار القوى الفاعلة الرسمية أعلى التكرارات فى الخدمات الثلاث مقابل نسب متواضعة للقوى الفاعلة غير الرسمية مثل محددات المجتمع المدنى العراقى والعربى والحركة الشعبية .

وتلـــك النتـــيجة تؤكد المدرسة القديمة فى الاستعانة بالشخصيات الرسمية المحورية كقوى فاعلة ومحورية فى التغطية مثل الرؤســـاء والملوك والقيادات مع إعطاء نســـب أقل للشخصيات غير المحورية (Elite People-Galtung 1996)[٤٥] وتثير هذه النتيجة تحفظات واسعة بضرورة إعادة صياغة قيمة المواطن والحركة الشعبية فى أجندة هذه الوسائل الغربية كعامل رئيسى فى مواجهة الأزمة ودفع حركات الإصلاح .

ثانيا فئات الشكل :

أمـــا فيما يتعلق بقراءة نتائج الدراسة التحليلية على مستوى الشكل ، فقد جاءت النتائج لتؤكد مدى كفاءة الخدمات الفضائية الثلاث فى استثمار التكنولوجيا واللغة البصرية ؛ من أجل إدارة إعلامية أفضل للأزمة العراقية فى محورها الخاص بحالة احتلال بغداد ، كما يوضحها الجدول التالى :

جدول (٢) : نتائج تحليل فئات الشكل فى معالجة القنوات الثلاث لأزمة احتلال العراق .

الفئة / القناة	الجزيرة		النيل للأخبار		العربية	
الصورة / الصوت :						
● متطابقة	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
● تضيف إيجابا	٢٤	٨٠	٢٤	٨٠	٢٣	٧٦,٦
● تضيف سلبًا .	٢٦	٨٦,٦	٢٢	٧٣,٣	٢٢	٧٣,٣
الصوت :						
● مذيع	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
● صوت طبيعى	٣٠	١٠٠	٢٨	٩٣,٣	٢٩	٩٦,٦
● موسيقى	٢١	٧٢	٢٠	٦٦,٦	٢٠	٦٦,٦
● بدون صوت	–	صفر	٢	٦,٦	٢	٦,٦
القالب الفنى :						
■ خبر	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
■ خبر + تقرير	٢٦	٨٦,٦	٢٥	٨٣,٣	٢٦	٨٦,٦
■ مراسل	٢٧	٩٠	٢٤	٨٠	٢٥	٨٣,٣
■ مقابلة	٢٣	٧٦,٦	٢٣	٧٦,٦	٢٧	٩٠
■ بث مباشر	٢٢	٧٣,٣	٢٢	٧٣,٣	٢٢	٧٣,٣
المعينات :						
■ نص + خريطة	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
■ نص + ص حية	٢٠	٦٦,٦	٢٠	٦٦,٦	٢١	٧٠
■ نص + أقمار	٢٧	٩٠	٢٧	٩٠	٢٦	٨٦,٦
■ نص + هاتفى	٢٢	٧٣,٣	٢١	٧٠	٢١	٧٠
■ بدون.	–	صفر	–	صفر	–	صفر
اللغة						
■ عربية	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
■ إنجليزية	–	صفر	٥	١٦,٦	–	صفر
■ عربية /ترجمة	١٥	٥٠	٨	٢٦,٦	١٠	٣٠
■ أخرى .						

عـــند قـــراءة بـــيانات الجدول السابق يتضح مدى تأثير التقانة البصرية فى إنتاج إعلامى أفضل للخطاب الإعلامى فى أزمة احتلال بغداد ، علىالنحو التالى :

١- فئة الصوت مع الصورة :

تم استثمار القوى التقنية فى التغطية الإعلامية لأزمة العراق بكفاءة عالية حيث كان هناك توظيف كـــبير للصـــورة وارتبطت بالنص المصاحب ، بل وأضافت إليه إيجابًا فى غالب الأحوال ، وإن أثارت النتائج التحليلية بعض المواقف البصرية التى عكست درجة من عدم التوازن بين حجم المشاهد ولقطات الدمار مع دلالات الكلمات المصاحبة لها: فالصورة تحمل المعنى وتوضحه من خلال المستوى الوظيفى ، وفيه تعرض الصورة المتحركة للعناصر المختلفة للحدث فى تتابعها وحركتها مع وضع سياق معرفى لهذه العناصر يساعد على توصيل معان ومدلولات خاصة للصورة.

٢- فئة الصوت المصاحب :

كما استثمرت الفضائيات الثلاث تقنية الصوت وعمدت إلى التركيز على تصنيفات صوتية مثل : الصـــوت الطبيعى أو الموسيقى ، بينما انعدم وجود مفردة لاتتوافر فيها عنصر استخدام الصوت، ومن أبـــرز أشكال الصوت: الصور الصوتية الواقعية Actualities وهى تسجيلات لأصوات صناع الحدث وشهود العيان وتجذب انتباه المتلقى لما تنقله من انفعالات[٤٥] .

٣- فئة القوالب والأشكال التحريرية :

كذلـــك ظهر تفوق لقالب مراسل القناة : حيث كان هو المحرك الحقيقى لهذه التغطية ، وتفاوت أداء المراســـلين حســـب قـــوة المحطة وكفاءتها الفنية والمالية وحجم الحرية المسموح به داخل إطارها الإعلامى .

وأصبح مفهوم البث المباشر بهذا المعنى هو إيجاد اتصال مباشر بين موقع الحدث والجمهور ، بغض النظر عما يقدم من معلومات وبيانات مما جعل وجود المراسل عاملاً مقوضاً لدعائم المصداقية ، وأصبح معظمهم يركز على الجوانب العاطفية المثيرة للجمهور مما يرفع درجة التوتر ، والذى غالبا ما يخلق نوعاً من الإقبال والمتابعة[٤٦].

٤- فئة المعينات الفيلمية :

كمـــا استثمرت الفضائيات الثلاث المعينات الفيليمة التى وفرتها التطورات التكنولوجية الاستثمار الأمثل ، حيث تفوقت المادة الفيليمة والصورة الحية أعلى التكرارات ، وإن ظهرت نسب مرتفعة أيضا لمعينات البث المباشر واللقطات الأرشيفية.

واحتلـــت المـــادة المصـــورة أهمية كبيرة بالنسبة للمعالجات الإخبارية حيث تعد عنصراً متميزاً للتليفزيون عن الوسائل الإعلامية الأخرى ، وبذلك فإن نجاح التغطية التليفزيونية لا يتوقف فقط على تكـــامل الـــنص الخبرى ، بل وعلى مدى نجاح هذه التغطية فى توظيف المادة المصورة المصاحبة للنص وخصوصا فى أحداث الصراع والأزمات (Macluhan 1980)(٤٧) .

٥- فئة اللغة المستخدمة :

كانت اللغة العربية هى اللغة المسيطرة فى أداء هذه الفضائيات مع وجود نسب لاستخدام الترجمة المتزامـــنة بلغـــتين مختلفتين ، والتى وفرتها الإمكانات الفنية لقنوات مثل الجزيرة والعربية ، وإن ظهرت نســـب مرتفعة فى استخدام اللغة الإنجليزية فى أداء قناة النيل للأخبار ؛ خاصة فى استضافة شخصيات أجنبـــية لمعرفة آرائهم فى الأزمة موضع الدراسة ، وهى بذلك تتفق مع Oliver Boyed 1997 والتى ركز فيها على أهمية استخدام اللغة المناسبة فى التواصل الإعلامى (٤٨) .

ثانيا : مناقشة نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفروض

تناولت نتائج الدراسة الميدانية التى أجريت على عينة من النخبة العربية السياسية والإعلامية مدى تقييمها لأداء القنوات الفضائية الثلاث موضع الدراسة فى تناولها لأزمة العراق - حالة احتلال بغداد ، وجاءت النتائج كالتالى :

أولا : مـــدى وجـــود فروق دالة إحصائيا فى تغطية مراحل أزمة العراق (الأسباب -الانفجار- العلاج) - حالةالسقوط - فى أداء القنوات الإخبارية الثلاث :

جـــدول (٣) : يوضح مدى تناول المراحل الثلاث لأزمة احتلال العراق فى القنوات الثلاث من وجهة نظر النخبة العربية .

	الجـــــزيرة							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أســـباب	٩٥	٦٣,٣	٣٥	٢٣,٣	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
انفجــــار	١١٠	٧٣,٣	٣٠	٢٠	١٠	٦,٧	١٥٠	١٠٠
عـــــلاج	٨٠	٥٣,٣	٤٠	٢٦,٧	٣٠	٢٠	١٥٠	١٠٠
	النيـــــل							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أســـباب	٩٥	٦٣,٣	٣٠	٢٠	٢٥	١٦,٤	١٥٠	١٠٠
الفجــــار	١١٠	٧٣,٣	٢٥	.١٦	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠
عـــــلاج	٨٠	٥٣,٣	٤٥	٣٠	٢٥	١٦,٧	١٥٠	١٠٠
	العـــربيـــــة							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أســـباب	٩٠	٦٠	٤٠	٢٦,٦	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
الفجــــار	١٠٠	٦٦,٧	٣٥	٢٣,٣	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠
عـــــلاج	٧٠	٤٦,٧	٥٠	٣٣,٣	٣٠	٢٠	١٥٠	١٠٠

توضـــح بـــيانات الجـــدول السابق وجود فروق إحصائية بين المراحل الثلاث للأزمة فى كل من الخـــدمـــات الثلاث ، حيث بلغ أعلى درجة لـــه فى المرحلة الثانية وهى مرحلة انفجار الأزمة والتى بدات من لحظة إطلاق الحملة العسكرية حتى لحظة سقوط المدينة بعد سلسلة المقاومة ، ثم تلتها مرحلة إيجـــاد مسببات ومبررات للحملة ، بينما جاءت أقل الفئات وضوحا فى منهجية الأزمة هى فئة العلاج وســـبل الحـــل للخروج من الأزمة والتى بلغت نسب ٥٣,٣% ثم ٥٣,٣% و ٤٦,٧% فى قنوات : الجزيرة– النيل للأخبار– العربية بالترتيب .

وباختـــبار معـــنوية الفروق بين المراحل الثلاث عند درجة ثقة ٩٥% يتضح أن معنوية الفروق يســاوى ٦,٢ ممـــا يدل على وجود فروق دالة إحصائيًا بين إدارة الخدمات الثلاث لمراحـــل الأزمة المختلفة وهى قيمـــة تقع داخل منطقة القبول (١,٩٦+-١,٩٦) مما يؤكد صحة الفرض الأول القائل بوجـــود فـــروق دالـــة إحصائيا فى تغطية الخدمات الثلاث لمراحل الأزمة المختلفة (الأسباب- ملامح الانفجـــار- الانحسار وعلاج الأزمة)، وهى بذلك تتفق مع دراسة (محمد شومان ٢٠٠١ وآخرون) حول إشكالية التعرض الإعلامى للمراحل التصاعدية للأزمة بدون التخطيط الدقيق لها أو الاستناد إلى معلومات كاملة [٤٩].

ثانـــيا : مدى وجود علاقة ارتباطية بين الإطار الإعلامى للقنوات الإخبارية العربية وبين تغطيتها لأسباب وملامح وعلاج أزمة العراق -حالة احتلال بغداد :

يختـــبر الجـــدول التالى المجمع فروضًا ثلاثة حول تأثيرات الإطار الإعلامى للخدمة وعلى تغطيتها لأســباب وملامـــح الأزمة ومدى وجود علاقة بين الخطاب الإعلامى فى هذه القنوات وبين مرجعية الوسيلة وكذلك تختبر بياناته مدى وجود علاقة بين صورة الفاعلين السياسية والمواقف السياسية ؛ حيث أثبتت النتائج وجود علاقة قوية فى تأثيرات وصياغة أجندة هذه الوسائل من حيث :

١- مـــدى وجود علاقة بين بناء الخطاب الإعلامى فى هذه القنوات وبين مرجعية الوسيلة فى تغطيتها لأزمة العراق .

٢- مـــدى وجـــود علاقة بين صورة الفاعلين والمواقف السياسية للدول فى أسلوب تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق .

جدول (٤) : يوضح مدى وجود علاقة بين الإطار الإعلامى للخدمة ومعالجتها للأزمة فى القنوات الثلاث من وجهة نظر النخبة العربية .

	الجـــزيـــرة							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مرجعية الإطار الإعلامى للخدمة .	١٣٠	٨٦,٧	١٥	١٠	٥	٣,٣	١٥٠	١٠٠
تمثيل الفاعلين بمرجعية الإطار .	١٢٠	٨٠	١٥	١٠	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠
توازن فى تمثيل جميع القوى الفاعلة .	٩٠	٦٠	٣٠	٢٠	٣٠	٢٠	١٥٠	١٠٠
	النيـــــل							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مرجعية الإطار الإعلامى للخدمة .	١٢٠	٨٠	١٥	١٠	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠
تمثيل الفاعلين بمرجعية الإطار .	١٢٠	٨٠	١٠	٦,٦	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
توازن فى تمثيل جميع القوى الفاعلة .	٨٥	٥٦,٦	٣٥	٢٣,٣	٣٠	٢٠	١٥٠	١٠٠
	العـــربيـــــة							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مرجعية الإطار الإعلامى للخدمة .	١١٠	٧٣,٤	٣٠	٢٠	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
تمثيل الفاعلين بمرجعية الإطار .	١١٠	٧٣,٤	٢٠	١٣,٤	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
توازن فى تمثيل جميع القوى الفاعلة .	١٠٠	٦٦,٧	٢٠	١٣,٤	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠

فتشـــير نتائج الجدول السابق إلى أن هناك اتساقا فى المواقف السياسية للدول، ومضمون الخطاب الإعلامـــى فى الخدمـــات الفضـــائية الثلاث حيث انعكست التوجهات السياسية على تشكيل الإطار الإعلامى للوسيلة ومرجعيتها وتأثيرها على المضامين المقدمة من خلال هذه الخدمات ، وهو ما أثر فى كيفية اختبار الفاعلين للالتزام بمرجعية الوسيلة وإطارها الإعلامى .

كمـــا أبرزت النتائج عدم وجود توازن فى التمثيل لجميع القوى الفاعلة حيث كان التركيز على الفاعلين الرسميين مثل : الرئيس العراقى السابق ، والعنصر الرسمى الأنجلو أمريكى ، وظهرت نسب أقل للفاعلين غير الرسميين مثل المواطنين وفئات المجتمع المدنى العربى .

وباختـــبار الفرض الإحصائى باستخدام (كا٢) ومعامل التوافق لتعرف العلاقة بين تغطية الأزمة ومرجعـــية الخدمة وإطارها الإعلامى / اتضح أن معامل التوافق يساوى ٠٠,٧٦ مما يدل على وجود علاقة ارتباطية قوية بين الإطار الإعلامى والتغطية الإعلامية .

كذلـــك عـــند اختبار العلاقة بين علاقة تمثيل الفاعلين بمرجعية الوسيلة ، عند درجة ثقة ٩٥% باختـــبار كـــا٢ يساوى ٠٠,٥٥ مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية قوية بين المتغيرين ؛ مما يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين مرجعية الوسيلة وإطارها الإعلامى وكيفية تمثيل فاعلى الأزمة والتوازن فى تمثيلهم داخل التغطيات الإخبارية ما بين قوى فاعلة رسمية وغير رسمية .

وهى نتيجة تتفق مع نتائج دراسات سابقة (إيناس أبو يوسف ٢٠٠١- محمود عبد الفتاح ١٩٩٧ وآخرون) والتى تغلب التأثير السياسى على الأجندة والإطار الإعلامى [٥٠].

ثالثا : مدى وجود فروق دالة إحصائيا بين أنواع تأثيرات الخطاب الإعلامى (وجدانى — معرفى — سلوكى) فى القنوات الثلاث ومعالجة أزمة العراق :

جدول (٥) : التأثيرات المختلفة لخطاب الأزمة الإعلامى للخدمات الثلاث من وجهة نظر النخبة العربية .

الموضـــوع	الجـــزيرة							
	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الوجدانية	١٠٠	٦٦,٦	٤٠	٢٦,٦	١٠	٦,٦	١٥٠	١٠٠
المعرفية	١٠٠	٦٦,٦	٣٠	٢٠	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
السلوكية	٦٠	٤٠	٤٠	٢٦,٦	٥٠	٣٣,٤	١٥٠	١٠٠
	النيـــل							
الموضـــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الوجدانية	٨٥	٥٦,٦	٢٠	١٣,٤	٤٥	٣٠	١٥٠	١٠٠
المعرفية	١٠٠	٦٦,٦	٣٥	٢٣,٣	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠
السلوكية	٥٠	٣٣,٤	٦٥	٤٣,٣	٣٥	٢٣,٣	١٥٠	١٠٠
	العـــربيـــة							
الموضـــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الوجدانية	٩٠	٦٠	٤٥	٣٠	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠
المعرفية	١٠٠	٦٦,٦	٣٠	٢٠	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
السلوكية	٥٠	٣٣,٤	٤٠	٢٦,٦	٦٠	٤٠	١٥٠	١٠٠

أبرزت نتائج الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائيا بين التأثيرات الثلاثة التى تنتج من التعرض لمضامين الخطاب الإعلامى أثناء الأزمة ، وإن ارتفعت أعلى معدلاتها فى التأثيرات الوجدانية والعاطفية وتلتها التأثيرات المعرفية وجاءت فى أقل التكرارات التأثيرات السلوكية التى قد تنتج عن هذه المضامين .

وباختبار معنوية الفروق بين المستويات الثلاثة للتأثير يتضح أن معنوية الفروق يساوى ٥,٥ مما يدل على وجود فروق معنوية دالة إحصائيا ؛ لأن القيمة تقع خارج منطقة القبول (١,٩٦+-١,٩٦-) عند مستوى الثقة ٩٥% مما يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائيا بين أنواع تأثيرات الخطاب الإعلامى بمستوياتها : الثلاثة : الوجدانية والمعرفية والسلوكية ، كمخرجات لتأثيرات هذه المضامين على فئات الجمهور العربى . (هويدا مصطفى ١٩٩٤- وآخرون)[٥١]. وإن كان أعلى المعدلات قد سجل إلى فئتى التأثيرات الوجدانية والمعرفية وانخفضت فئة التأثيرات السلوكية لجموع المشاهدين من التعرض للرسائل الإعلامية .

وهو ما يؤكد ارتباط الوسيلة الإعلامية العربية بالإطار المرجعى والمواقف السياسية للدول ؛ حيث استمرت أدوات الإعلام ومنها الفضائيات العربية كأداة انعكاسية للأوضاع القائمة ، ولم تصل إلى درجة الانفصال او النضج الذى يمكنها ان تخلق سلوكيات قوية للمشاهد العربى لكى يشارك فى اتخاذ القرار .

رابعا : مدى وجود فروق دالة إحصائيا بين مخرجات تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق وترتيب الأجندات الأخرى :

جدول (٦) : تأثير مخرجات تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق على ترتيب الأجندات الأخرى من وجهة نظر النخبة العربية .

	الجزيرة							
الموضوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أجندة الإعلام الدولى	١٠٠	٦٦,٧	٢٥	١٦,٦	٢٥	١٦,٦	١٥٠	١٠٠
أجندة صانع القرار	٦٠	٤٠	٥٠	٣٣,٣	٤٠	٢٦,٧	١٥٠	١٠٠
أجندة الرأى العام	٧٥	٥٠	٤٥	٣٠	٣٠	٢٠	١٥٠	١٠٠

الموضــــوع	النيـــــل							
	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أجندة الإعلام الدولى	٩٠	٦٠	٣٥	٢٣,٣	٢٥	١٦,٤	١٥٠	١٠٠
أجندة صانع القرار	٥٠	٣٣,٣	٦٠	٤٠	٤٠	٢٦,٧	١٥٠	١٠٠
أجندة الرأى العام	٦٥	٤٣,٣	٦٠	٤٠	٢٥	١٦,٦	١٥٠	١٠٠
	العــربيـــــة							
الموضــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أجندة الإعلام الدولى	٩٥	٦٣,٣	٣٥	٢٣,٣	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
أجندة صانع القرار	٥٠	٣٣,٣	٦٠	٤٠	٤٠	٢٦,٧	١٥٠	١٠٠
أجندة الرأى العام	٦٥	٤٣,٣	٦٠	٤٠	٢٥	١٦,٦	١٥٠	١٠٠

تشــير نــتائج الجــدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائيا بين تأثيرات مخرجات الفضائيات الإخبارية الثلاث فى وقت الأزمة على ترتيب الأجندات الأخرى حيث ارتفعت أعلى معدلاتها فى التأثير الارتباطى على أجندة وسائل الإعلام الدولية وصارت مصدرا لها تلاها تأثيرها على أجندة الرأى العام العــربى ، بينما جاءت أقل النسب لتأثيرها على أجندة صانع القرار حيث رآها المبحوثون بأنها لم تحقق ضغطا كافيا يسمح بتغيير أجندة صانع القرار .

وباختبار معنوية الفروق بين المستويات الثلاثة للتأثير يتضح أن معنوية الفروق يساوى:

- نسبة ٤,٣ مع متغير : أجندة وسائل الإعلام الدولية.
- ٣,٩ فى التاثير على أجندة الرأى العام العربى .
- بينما بلغت ٢,١ فى التأثير على صانع القرار .

ممـــا يؤكد وجــود فروق معنوية دالة إحصـــائيا ، لأن القيمة تقع فى منطقة القبول (١,٩٦+–١,٩٦–) عند مستوى الثقة ٩٥% و يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائيا مخرجات تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق وترتيب الأجندات الأخرى وهو ما يتفق مع عدد من الدراسات منها (خالد صلاح الدين ٢٠٠٤ –عادل عبد الغفار ٢٠٠٤ وحنان يوسف ٢٠٠٤ – وآخرون)[٥٢].

خامسًا : مدى وجود علاقة ارتباطية بين المستوى التكنولوجي ومعالجة أزمة العراق فى الفضائيات العربية :

جدول (٧) : يوضـــح تأثير المستوى التكنولوجى على معالجة أزمة العـــراق فى الفضائيات العـــربية من وجهة نظر النخبة العربية .

الموضـــــوع	الجـــــزيرة							
	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
للتقانة التكنولوجية	١٢٠	٨٠	٢٥	١٦,٧	٥	٣,٣	١٥٠	١٠٠
	النيـــــل							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
للتقانة التكنولوجية	١٠٠	٦٦,٧	٣٠	٢٠	٢٠	١٣,٣	١٥٠	١٠٠
	العـــربيـــــة							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
للتقانة التكنولوجية	١١٠	٧٣,٣	٢٥	١٦,٧	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠

اتفقـــت عينة المبحوثين على أن هناك علاقة بين كفاءة تغطية الفضائيات الثلاث ومدى امتلاكها للـــتقانة البصرية الملائمة ، فكلما أتيحت للخدمة المستوى والآليات التكنولوجية المتطورة والمناسبة مع توافر العنصر البشرى المصاحب لها ، ساهم ذلك فى كفاءة أعلى فى التغطية الإعلامية لهذه القنوات فى تناولها لمتغيرات الأزمة المختلفة .

وبلغـــت أعـــلى النسب لصالح أداء قناة الجزيرة تلتها قناة العربية ثم قناة النيل للأخبار فى المرتبة الثالثة ، وهى نتيجة تؤكد أهمية استثمار التكنولوجيا الحديثة فى تطوير العمل الإعلامى(٥٣) .

وباســـتخدام معامل التوافق لمعرفة قوة هذه العلاقة الارتباطية يتضح أن كا٢ تساوى ١٧,٧ مع معـــامل توافق يعادل ٠٠,٨٧ مما يدل على وجود ارتباط قوى بين امتلاك الوسيلة للكفاءة التقنية مع كفاءتها فى إدارة الأزمة إعلاميا ، عند درجة ثقة ٩٥% ؛ مما يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط قوية بين المستوى التكنولوجى ومعالجة أزمة العراق فى الفضائيات الثلاث .

سادسا : مدى وجـــود علاقة ارتباطية بين تغطية الفضائيات العـــربية لأزمة العراق وأدبيات مخاطبة الآخـــر .

جدول (٨) : مدى مخاطبة الأنا – الآخر فى الخطاب الإعلامى لأزمة احتلال العراق من وجهة نظر النخبة العربية .

	الجـــــزيرة							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مخاطبة الآخر	٥٥	٤٦,٧	٥٥	٤٦,٧	٤٠	٢٦,٦	١٥٠	١٠٠
مخاطبة الأنا	١١٠	٨٦,٤	٢٥	١٦,٦	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠
	النيـــــل							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مخاطبة الآخر	٦٥	٤٣,٣	٤٥	٣٠	٤٠	٢٦,٧	١٥٠	١٠٠
مخاطبة الأنا	١٠٠	٦٦,٧	٣٠	٢٠	٢٠	١٣,٣	١٥٠	١٠٠
	العـــربيـــــة							
الموضـــــوع	موافق		محايد		معارض		إجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مخاطبة الآخر	٤٥	٣٠	٦٠	٤٠	٤٥	٣٠	١٥٠	١٠٠
مخاطبة الأنا	١٠٠	٦٦,٨	٢٥	١٦,٦	٢٥	١٦,٦	١٥٠	١٠٠

تشـــير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين تغطية الفضائيات العربية ومخاطبة الآخـــر وخاصة "الآخر" الغربى الذى يستهدف تعديل وتصحيح وتوضيح الصورة والموقف العربى من الأزمـــة أمامه ، وباستخدام معامل التوافق لمعرفة مدى قوة الارتباط وذاك عند مستوى معنوية ٠٠,١ ومستوى ثقة ٩٥% يتضح أن كا٢ تعادل ٧,٧ بمعامل توافق بلغ ٠٠,٦٣ مما يثبت صحة الفرض القائل بعدم وجود علاقة ارتباطية بين تغطية الفضائيات الإخبارية الثلاث ومخاطبة الآخر الغربى ، ويمكن تفسير هـــذه النتيجة برغم التحفظات التى تثيرها إلى تركيز هذه الفضائيات على مخاطبة الأنا والذات العربية بشـــكل أكـــبر والـــتى أثبتت تفوقا فيه بالتركيز على الرسائل التحذيرية والوجدانية أكثر من المعرفية والسلوكية والعقلانية التى تتناسب مع الجمهور الغربى فى حالة توجيه الرسالة له [٥٤] حيث بلغت النسبة

أعلى معدلاتها فى قناة الجزيرة ٨٦,٤% وتساوت قناتا النيل للأخبار والعربية بنسبة ٦٦,٧% للكفاءة فى مخاطبة الأنا والذات العربية .

والأمـــر الذى يعيد من جديد أهمية إطلاق قنوات فضائية عربية تخاطب الآخر وفقا لمفهوم آليات جديـــدة تتناسب مع الجمهور المستهدف ؛ سعيا لإيصال وجهة النظر العربية إلى الرأى العام الدولى فى أوقات الأزمات والأحداث المصيرية للأمة .

النتائج العامة وتوصيات الدراسة :

الخلاصـــة :

خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها :

- إن الفضائيات العربية استطاعت باقتدار إدارة أزمة العراق (حالة احتلال بغداد) فى بعض مراحلها ، وخاصة فى مرحلة ما قبل الأزمة وأثناء لحظة الانفجار ، إلا أنه لم يتحقق نجاح فى المرحلة الأخيرة من الأزمة وهى المرحلة التى تلت لحظة الســـقوط من خلال تقديم حلول أو مقترحات للخـــروج من الأزمة ، حيث كان التركيز على التأثيرات الوجدانية والتحذيرية والتى قد تؤدى فى بعض الأحيان إلى إثارة حالات الذعر والإحباط بين جموع المشاهدين وجعله فى حالة استنفار دائمة .
- حيـــث أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائيا فى تغطية مراحل أزمة العراق –حالة السقوط – وأداء القنوات الإخبارية الثلاث .
- ظهـــر بوضوح مدى تأثير الإطار الإعلامى الذى هو انعكاس للأجندة السياسية للمحطة فى تغطية مـــراحل وهيكل الأزمة ، سواء من حيث الارتباط بين بناء الخطاب الإعلامى فى هذه القنوات وبين مرجعـــية الوسيلة فى تغطيتها لأزمة العراق . وكذلك العلاقة بين صورة الفاعلين والمواقف السياسية للدول فى أسلوب تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق .
- لعبـــت التكنولوجـــيا المتقدمة دورا كبيرا فى تحقيق كفاءة أعلى لمعالجة الخدمات الثلاث للأزمة من خـــلال مـــا وفّـــرته التكنولوجيا من خدمات الأقمار الصناعية والبث المباشر والاتصالات الدولية وشبكات المعلومات الدولية .

■ كما أظهرت الدراسة أن هناك تنوعًا فى التأثيرات المترتبة على تعرض النخبة لهذه المضامين وجاءت فى المقدمة التأثيرات الوجدانية تلتها المعرفية ، وكانت السلوكية فى الترتيب الأخير ؛ مما يثير إشكاليات دور الفضـــائيات العربـــية فى خلق ما يسمى بالمتلقى النشط الذى لديه قدرة على النقد الموضوعى والإيجابى .

■ كمـــا أثبتت الدراسة وجود دور قوى فى أداء الفضائيات العربية لأزمة العراق فى التأثير على أجندة وسائل الإعلام الدولية والرأى العـــام العربى بينما لم تحقق تأثيرا على إعادة تشكيل أجندة صـــانع القرار ، وهنا تأتى أهمية النظر بعين الاعتبار إلى العلاقة الوثيقة التى تربط بين السياسة والإعلام والتى من شأنها إحداث تغييرات جوهرية فى سياق المجتمع.

■ كما اتضح من النتائج فشل هذه الفضائيات الثلاث فى مخاطبة الآخر وقت الأزمة ، وربما يعزو هذا الأمر إلى تركيزها على الخطاب العربى أكثر من الخطاب الغربى رغم أهميته الحتمية ، الذى كان من الممكن لو تم استثماره وتوجيهه بالشكل الأمثل ينتج تأثيرات ربما تؤثر على الرأى العام الغربى ، ومن ثم التأثير على صانع القرار الغربى .

نحو إستراتيجية إعلامية لإدارة الأزمات :

تـــثير الدراسة المقدمة إشكالية مهمة فيما يتعلق باستثمار علم إدارة الأزمات داخل المجتمع العربى على النحو الأكمل حيث تتولد الحاجة الآن أكثر من أى وقت مضى إلى تبنى إستراتيجية منهجية علمية لدور الإعلام العربى فى إدارة الأزمات ، تعتمد على إدراك دور الإعلام فى إدارة الأزمات باعتباره مجالا نوعـــيا ، يتطلـــب وعـــيا بطبيعته المركبة واعتماده على علوم وتخصصات أخرى . و تتجسد ملامح الإستراتيجية فى:

أولا : الجانب الإستراتيجى :

■ ضـــرورة ان يتســـم الخطـــاب الإعلامى العربى وقت الأزمات بقدر كبير من الاتساق غير المخل بالموضوعية ، وأن يكون رابطة أساسية بين صانع القرار والرأى العام ، وتقديم حد أدنى من مكونات وجهـــة الـــنظر المتماسكة التى تخدم المصالح العربية وتفسر المواقف العربية تجاه الأحداث المختلفة ؛ خاصة تلك التى يوضع فيها طرف عربى فى موقف الأزمة .

- ضـــرورة أن يتضمن الخطاب الإعلامى الدقة والحذر حيال الرأى العام وإمداده بالحقائق التفصيلية ، ومـــراعاة دقـــة التصريحات ذات الطبيعة السياسية بحيث تساعد على تشكيل الرأى العام فى جانب مواجهة الأزمة وحلها .
- القدرة على التعامل بموضوعية وعدم انفعال مع أجهزة الرأى العام
- المساعدة فى تنشيط الكيانات المحلية على مجابهة الأزمة .
- الـــتوازن فى أدوار ومهام الإعلام خلال المراحل المختلفة للأزمة ومراعاة عنصر التخطيط الإعلامى لتحقيق أكبر قدر ممكن من التنسيق والتعاون ، تعتمد على الأساليب العلمية فى تحديد أسباب ودوافع الأزمة ومرحلة النشوء ثم الانفجار ثم مرحلة الانحسار والعلاج ، وكذلك رصد ومعرفة آراء الجمهور تجاه الرسائل الإعلامية المختلفة المقدمة أثناء الأزمة .
- تحقـــيق توزان بين الجوانب المعرفية والوجدانية فى وسائل الإعلام للأزمات والكوارث، وكذلك بين الآثار المباشرة وغير المباشرة ، مع التركيز على الغرس الثقافى وترتيب أولويات القضايا وبناء المعنى .

ثانيا :الجانب الإجرائى :

- إعداد فريق من أطقم العمل الإخبارية التليفزيونية، وتدريبهم على أحدث الطرق فى متابعة الأزمات وتغطيـــتها إعلاميا ، وكيفية إعداد التقارير الإخبارية وبثها من مواقع الأحداث مباشرة ، فضلاً عن الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا البث المباشر على الهواء.
- الاهتمام بالمادة المصورة المصاحبة لأحداث الأزمة بحيث تكون واقعية ومعبرة عن وقائع الحادث ، مع الاهتمام بتدعيم الصور الفوتوغرافية والمعينات الفيلمية المصاحبة.
- الاهـــتمام بتدريس مقررات للإعلام عن الأزمات فى كليات ومعاهد الإعلام ، وأيضا توفير دورات تدريبية وورش عمل مكثفة للصحفيين والإعلاميين والقائمين بالاتصال فى هذا المجال .
- إنشاء وحدات متخصصة لإدارة الأزمات فى المؤسسات الإعلامية المختلفة ، تتفرغ للإدراة الإعلامية فى حالـــة الأزمـــات والكـــوارث من توفير فريق العمل الملائم والإمكانات المالية والفنية المطلوبة ، وكذلـــك البـــناء الفكرى والمنهجى الذى تبنى عليه معالجة الأزمة إعلاميا من حيث طريقة صياغة وتحرير الأخبار والقوالب والأشكال الفنية المستخدمة ومؤهلات ومواصفات القائم بالاتصال .

ختـــاما :

وعـــلى الـــرغم مما قد تحمله دراسات المشهد الإعلامى العربى من بعض التحفظات ، إلا أنه من المجحـــف إنكار مدى ما لهذه الفضـــائيات من تأثير أساسى فى تكوين وتشكيل منظـــور مغاير للواقع العـــربى ، وبالـــتالى فى تغـــيير تفكـــير العـــرب وسلوكهم ، فى التاريخ العربى الحديث بما فى ذلك الأيديولوجيات الثورية فى الستينات والسبعينات، ليس هناك ما يوازى قوة الفضائيات العربية فى تغيير طبيعة الوعى الشعبى ، وربما فى تغيير الممارسات السياسية لدى القوى الشعبية فى العالم العربى .

إلا أنه من الأهمية ، محاولة رسم صورة صادقة وإستراتيجية استشرافية معاونة للإعلام العربى على القـــيام بهذا الدور المأمول منه ، فى مساعدة المشاهد العربى على أن يدرك أبعاد التجربة الإعلامية التى فرضها واقع الأحداث العالمية من حولنا كما تعطى فرصة للتفكير المتأنى فى أبعاد هذه التجربة الإعلامية الجديدة بعيداً عن الشاشات وعن الإدمان الإعلامى الذى فرضه علينا واقع الحرب.

من الإنصاف : القول بأن الفضائيات العربية ليست بديلاً عن الأحزاب الثوريّة العربيّة ، وليس من المفروض أن تكون كذلك ، ولا يمكن أن نتهم الفضائيات العربية بالفشل بمجرد أنها لم تستطع القيام بما فشلت عنه الأحزاب الثورية والطليعية ؛ فالقنوات التلفزيونية لا يمكنها أن تلعب دور الجيوش المحاربة أو تلقـــى بالهزيمة على عاتق المراسلين ، فهى جزءٌ من الشارع العربى تعكس قوته وضعفه وليست فى برج عاجٍ بعيدة عنه .

فالمجـــتمع العربى فى حاجة إلى إعلام يخدم الأهداف العليا للأمة : مثل الوحدة والتعايش السلمى والـــتكافل الاجتماعى والروحى والمساواة. كما أن الإعلام الفضائى العربى مطالب بالاهتمام بالقضايا الإنسانية ، خاصة وأن المجتمعات العربية تقابلها تحديات: حضارية وثقافية وسياسية واقتصادية وغيرها ، فيلزم تقديم البديل من خلال الفضائيات العربية بما لها من قوة وتأثير فى أن تتحمل مسئوليتها الجسيمة ودورهـــا الحضـــارى ؛ من أجل تبنى مشروع عربى جديد يقوم على طرح فكر ومنهج يعبر عن واقع المجتمع العربى وحاجاته والاستفادة من وسائل التقنية الإعلامية وتسخيرها لتحقيق أهداف الأمة العربية فى أوقات الأزمات والكوارث .

المراجـع

١- ســامى ربــيع الشــريف ، القنوات الفضائية العربية والحفاظ على الهوية ، ندوة الإعلام الدولى و قضايا العالم الإسلامى ، رابطة الجامعات الإسلامية – القاهرة – نوفمبر ١٩٨٨

٢- عزت عبد الواحد ، إدراة الأزمة فى السياسة الخارجية المصرية ، دراسة حالة لأزمة الخليج الثانية ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة ،١٩٩٤،ص:١٨

3- Michael Griffin, Looking At T . V News, Strategies For Research, University Minnesota, Communication Research. No . 3,Vol . 13 . , 1992 , Pp: 121 : 123 .

٤- محمد شومان ، تطور المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام – كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثالث ٢٠٠١ ، ص ص : ١٤٩ – ١٧٢.

٥- راجع :

رشاد الحملاوى ، الأزمات والكوراث فى مصر المحروسة ، تقرير ١٩٩٨ ، جامعة عين شمس ، وحدة بحوث الأزمات ، ١٩٩٩.

- Communication ,Bumler, The Cricis Of Public Routledge ,1995,Pp:12-23.

٦- محمد شومان ، تطور المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام – مرجع سابق .

٧- رشاد الحملاوى ، الأزمات والكوراث فى مصر المحروسة ، تقرير ١٩٩٨ ، مرجع سابق .

٨- هويدا مصطفى ، إعلام الأزمات الدولية لحرب الخليج ، القاهرة – دار النديم للطبع والنشر٢٠٠٠ ص: ٢١.

٩- الســيد علــيوة ، إدارة الأزمـــات والكوارث ، حلول عملية وأساليب وقائية ، سلسلة دليل صنع القرار، مركز القاهرة للاستشارات ، القاهرة ١٩٩٧، ص:٥.

١٠- هشام عطية ، تأثير السياسة الخارجية فى معالجة الصحافة للشئون الدولية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦ ، ص:٣٤.

١١- تم الاعتماد فى هذا الجزء على :

- هويدا مصطفى ، إعلام الأزمات الدولية لحرب الخليج ، مرجع سابق .
- هشام عطية ، تاثير السياسة الخارجية فى معالجة الصحافة للشئون الدولية، مرجع سابق .
- عزت عبد الواحد ، إدارة الأزمة فى السياسة الخارجية المصرية، مرجع سابق .
- عدد من المقالات الصحفية وأوراق عمل لندوات ومؤتمرات ذات صلة بموضوع تطورات أزمة العراق .

12- 1 Entman, R. M. (1991). Framing U.S. Coverage Of International News: Contrasts In Narratives Of The Kal And Iran Air Incidents. Journal Of Communication, 41(4), 6-27 .

13- Leweke, Robert W. (1997). "Drug Problem And Government Solutions:A Frame Analysis Of Front-Page Newspaper Headlines About The Drug Issue " .١٩٩٤-١٩٨٧،Unpublished The Aejmc National Conference Mass Communication And Society Division

١٤- حسن عماد مكاوى ، ليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية . ١٩٩٨ ص ص: ١٣٣-١٥٦.

١٥- راجع :

- حنان يوسف ، الإعلام والسياسية ، مقاربة ارتباطية ، المنظمة العربية للتعاون الدولى ـــ القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص:٤٥.

- Gamson, W.A., Croteau, D., Hoynes, W. & Sasson, T. (1991). Media Images And The Social Construction Of Reality. Annual Review Of Sociology. 18, 373-393.Jmm – Vol. 2 – No. Iii / Iv – 2000 177 Www.Mediajournal.Org . p:123.

16- Mark .A. Thalhaimer, The Virtual Newsroom, New Technologies, News Room Without Wall, The Home Stretch, New Politics, New Medium, New Voters, Report Of Freedom Forum Media Studies Center, October, 1992,p:45.

١٧- فيصل القاسم ، الفضائيات العربية وتغطية الحرب على العراق، الجامعة الأمريكية ، الشارقة ،٢٠٠٣ – أعمال ندوة .

١٨-حنان يوسف ، الفضائيات العربية وقضايا الأمة أوراق حلقة نقاشية ٩-٢٠٠٣/١٠/١٠ ، مركز دراسات الوحدة العربية – بيروت .

١٩- سمير كرم ، الفضائيات العربية وقضايا الأمة ، أوراق حلقة نقاشية ٩-٢٠٠٣/١٠/١٠ ، مركز دراسات الوحدة العربية – بيروت .

20- Nabil Dejani ,Ramez Maalouf, Hanan Yousef (Ed) "Media And The Transformation Of Arab Societies" March 16-19 ,2004 The Fourth Annual Bima Conference , Lebanese American University ,Beirut, Lebanon

٢١-حنان يوسف ، القنوات العربية وأزمة العراق ، ورقة عمل لندوة أزمة العراق والإعلام العربي ، جمعية مصر للثقافة والحوار، القاهرة – الأحد ٧ مارس ٢٠٠٤

٢٢- محمد شومان ، تطور المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث ، المجلة المصرية لبحوث الراى العام – مرجع سابق / ص :٥٤.

23- D. Fleur & S.B.Rokeach, **Theories Of Mass Communication** ,New York, Mack Press,1976.

24- Davon Dogherty, **Crices Communication What Every Executive Needs To Know**, NewYork Wolker And Company ,1992.

٢٥- محمد شومان ، تطور المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام - مرجع سابق .

٢٦- هويدا سيد مصطفى ، التناول الإخبارى للقضـــايا العربية فى التليفزيون المصـــرى ، دراسة تطبيقية على أزمة الخليج ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعه القاهرة ، ١٩٩٤.

٢٧- نوال الصفتى ، دور الصحافة المصرية فى معالجة الأزمات والكوارث ، دراسة تطبيقية على أحداث الكشح بمصر ١٩٩٨ ، مجلة كلية الآداب بحلوان ، العدد السادس ، يوليو ١٩٩٩.

٢٨- إيـــناس أبـــو يوسف ، الخطاب الصحفى العربى بين الذات والآخر ، دراسة تحليلية تطبيقية على الأزمة العراقية الأمريكـــية ، فبراير ١٩٩٨ ، المجلة المصـــرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القـــاهرة ، يوليو ٢٠٠٢، ص ص: ٨٩-١٢٣.

٢٩- لمزيد من التفاصيل :

حـــنان يوسف(٢٠٠١) ، المعالجة الإخبارية للقضايا العربية- محمود يوسف (٢٠٠١) بحوث الصورة الذهنية للمسلمين فى الإعلام الغربى .

-Hanan Kamel Kilani, Usage Of The International Channels Via Direct Broadcast Satellite In Egypt (2000)- Michael Lurance,Cruel & Unusual, Negative Image Of Arabs In American Popularculture,(1988) -Hjarvard,Stig, Mediaflows & Montiring with focus onraciam & X Enophapia, Electronic Journal Of Communication (1999) - Suleiman Michael, The Arab In The Mind Of America, Almana Book, 1988- Sabbaghsuha, Sex, Lies & Stereo-Types, The image of Arabia & American Popular- Eidman, Mary Beth, Views Of News In The Middle East, Annual Broadcasting.1994 , (Others).

30- David . L . Athide , Creating Reality . How T . V News Distorts Events, Sage Publication ,Beverly Hills , London , 1974 .

31- Jerry Jacob, Changing Channel, Issues & Realities In T. V News, Mountain View, C. A . Mayfield, 1990. Journal Of Broadcasting & Electronic Media, Vol., 35 , N O . 4 , 1991 , Pp : 533 - 585

32- James . M Benstin , Et Al. , Geographic Goverageby Local T .V News , Journalism Quarterly , Vol. . 67 ., N O . 4 , 1990 , Pp : 663 : 671

33- Robert Wick & Montague Karn , Factors Influencing Decisions By Local T.V News Directors To Develop News & Reporting Strategies During The 1992 Political Campaign , Communication Research , Vol. . 22 , No .2 . 1995 , Pp: 237 :

٣٤- أيـــن حبيب ، تأثير الشبكات والقنوات الفضائية التليفزيونية التى تستقبلها منطقة الخليج على تطوير الخدمة الإخـــبارية فى التلـــيفزيون السعودى ،دراسة تحليلية وميدانية،رسالة دكتوراه غير منشورة،كلية الإعلام - جامعة القاهرة،١٩٩٧، ص:٢٧ ،

35-Michael Griffin, Looking At T . V News, Strategies For Research, University Minnesota, Communication Research. No . 3,Vol . 13 . , 1992 ,Pp : 121 : 123.

36-Kivikuru.U&L.Lamajeca,Approach To International Communication,Finnish National Communication ,Unesco,Helsinke,1989,Pp:76-89.

٣٧- تم الاعتماد على المراجع التالية فى هذا الجزء:

- عواطـف عـبد الرحمن وآخرون : تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية ، دار الثقافة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٨٦.
- محمد الوفائى ، مناهج البحث فى الدراسات الاجتماعية والإعلامية ، الأنجلو ، القاهرة ، ١٩٨٩.

-Oliver Boyed Barrett,International Communication And Globlization: Contradictions And Directions,Sage Publications Ltd, London,1997.

-Klaus Kerpendore, Content Analysis ،An Introduction To Its Methodology, London, Sage Publications, 1980.

انظر:

- حسين عبد العزيز ،وطارق عميرة ، مبادئ الإحصاء واستخداماتها ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٨.
- ربيع زكى عامر ، الحزمة الإحصائية فى العلوم الاجتماعية ، Spss ، محاضرات غير منشورة ، معهد الإحصاء ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦.

40- Galtung, Johan & Rouge Mar, The Structure Of Foreign News, Journal Of Peace Research, No. I, 1985,P:313.

41- Nabil Dejani ,Ramez Maalouf, Hanan Yousef (Ed) **"Media And The Transformation Of Arab Societies"** March 16-19 ,2004 The Fourth Annual Bima Conference , Lebanese American University Beirut, Lebanon.

42- Douglas Kellner, **The Parisian Gulf Television War,** West View Press, Oxford. 192

43- Mac Cornack,S.A., **Information Manipulation Theory,** Communication Monographs 59(1),1-16-March,Communication Abstracts,

44- D. Fleur &S.B.Rokeach, **Theories Of Mass Communication** , New York, Mack Press,1976.

45- Werner J.Severin&James **W.T Ankered,Communication Theories,** Origins. Methods. Uses, **Humanistic Studies In Communication Arts,** Hastings House, Publishers, New Yourk, 1982.

46- Green Berg , **Gratification & T . V Viewing & Other** , Correlates , For , Blumer & Katz , Th E Issues Of Mass Comuniction . Bverly Hills ,1985.

47- Nicholas Mirzoeff, **An Introducation To Visual Culture**, Routledge Publishing Company,London &N.Y.,1999.

48- Oliver Boyd Barrette, **International Commu Nication And Globalization: Contradictions And Directions** ,Sage Publications Ltd,London,1997.

٤٩- محمد شومان ، **تطور المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث** ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام -مرجع سابق .

٥٠- إيـــناس أبـــو يوسف ، **الخطاب الصحفى العربى بين الذات والآخر** ، دراسة تحليلية تطبيقية على الأزمة العراقية الأمريكـــية ، فبراير ١٩٩٨ ، المجلة المصـــرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام - جامعة القـــاهرة ، يوليو ٢٠٠٢، ص ص: ٨٩-١٢٣.

٥١- هويدا مصطفى ، **إعلام الأزمات الدولية لحرب الخليج** ، القاهرة - دار الندم للطبع والنشر ٢٠٠٠ص:٢١

٥٢- خالد صلاح الدين ، **اتجاهات النخبة المصـــرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية للمعلومات العـــربية** ، الإعلام المعاصر والهوية العربية، المؤتمر السنوى العاشر لكلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو٢٠٠٤ .

٥٣- حنان يوســـف ، **تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلوماتية** ، المنظمة العـــربية للتعاون الدولى ، القاهرة ،٢٠٠٤ ، ص:٤٤.

المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية

دراسة تحليلية مقارنة

د. آمال سعد المتولى(*)

المبحث الأول :

مدخل :

منذ أطلقت "صحيفة شيكاغو تربيون" أول نسخة إلكترونية لها على الإنترنت عام ١٩٩٢(*)، بدأ الاستخدام المتزايد من جانب الصحف للإنترنت وإنشاء المواقع الإلكترونية(*)، ثم ظهرت شركات للأخبار عبر الإنترنت ابتداء من عام ١٩٩٩ دون أن يكون لها وجود مادى ، وتلتها قنوات المعلومات عبر التليفزيون ؛ لتكون نوعاً من الصحافة المقروءة عبر الإنترنت ، وأخيراً لجأت بعض القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية إلى إنشاء مواقع إلكترونية لها.

هذه الظاهرة ارتبطت بما عرف بالصحافة الإلكترونية من جانب بعض المراجع، أو الإعلام الإلكترونى من أخرى ، وأداة هذه الوسيلة الجديدة هى الفضاء الممتد مع استخدام أكثر من وسيط اتصالى ، أو ما عرف بالوسائط المتعددة ، فأصبحت لدينا وسيلة إلكترونية جديدة ، وإن كان البعض منها مرتبطًا بالصحافة ، والآخر مرتبطًا بالإذاعة (BBC) أو القنوات التليفزيونية (CCN) أو الفضائيات (الجزيرة).

ومع ظهور هذه الوسيلة تكرر الخلط الذى سبق ، وصاحب ظهور الوسائل الاتصالية الأخرى – الإذاعة ، ثم التليفزيون حيث لم تظهر هذه الوسائل مستقلة ، و لم تظهر هذه التعبيرات الدالة بل وجدنا الصحافة المقروءة ، والصحافة المسموعة ، والصحافة المرئية.

(*) مدرس بكلية التربية النوعية – جامعة المنصورة .

ونحـــن الـــيوم نمر بهذه المرحلة فى الوسيلة الإلكترونية الجديدة حيث نجد الصحافة الإلكترونية، والقـــنوات الإلكترونـــية كذلـــك ، ولذلك لأن كلاً منها ظهر مرتبطًا بالأصل المنشئ لهذه الوسيلة الإلكترونية.

ومن هنا جاء التفكير فى موضوع هذه الدراسة لمعرفة إمكانات الوسيط الاتصالى الجديد ؛ وخاصة مـــن خلال التطبيقات العربية المتمثلة فى المواقع الإلكترونية سواء للفضائيات أو الصحف أو البوابات الإخبارية ومقارنتها بنتائج الدراسة الأجنبية.

والإشكاليات المرتبطة بهذه الدراسة : يمكن تلخيصها وإجمالها فى :

- طبيعة توصيف هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة.
- الإمكانات الاتصالية والمزايا عن الأشكال التقليدية.
- طبيعة التمييز بين المواقع الصحفية المنشأ والإذاعية والفضائية.
- هل تؤدى هذه الوسيلة الاتصالية إلى الثراء المعرفى أو المعلوماتى والاستقلال الثقافى ، أم تكرس تبعية إعلامية وتدفق معلوماتى فى اتجاه واحد؟
- هل تكون بداية لظهور الإمبراطوريات الاتصالية ؟

هدف هذه الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم نظرى لظاهرة الاتصال الإلكترونى ، وطبيعة الرسالة من خلال هذا الوســـيط ، ناهيك عن توصيف لدور القائم بالاتصال وحارس البوابة وفقاً لها ، ومدى إمكانة إتاحة الفرصة للاستقلال والتنوع الثقافى والفكرى ، مقابل أحادية التدفق الإعلامى ، أو أن هذه الوسائل من قبيل فكرة الطفرة أو الموضة التى صاحبت دائماً ظهور أى وسيلة اتصالية حديثة قبل التقنين .

خطة الدراسة :

المبحث الأول : مدخل الدراسة .

المبحث الثانى : الدراسات السابقة .

المبحث الثالث : الجوانب الإجرائية للدراسة .

المبحث الرابع : مدخل نظرى – المواقع الإلكترونية العربية .

المبحث الخامس : نتائج وتوصيات الدراسة التطبيقية .

المبحث الثانى :

الدراسات السابقة :

تنوعت المداخل النظرية للظاهرة الإلكترونية فيما بين الأدبيات العربية والأجنبية ، والعرض التالى يقدم ، دراسات عربية منشورة ، وأخرى تتقاطع مع موضوع الدراسة ، وأخيراً : الدراسات الأجنبية ثم مناقشة لها.

أولاً : دراسات عربية :

تعـــددت الدراســـات التى تناولت الصحافة الإلكترونية أو الإعلام الإلكترونى ، أو المقارنة بين الإعلام الإلكترونى والأشكال التقليدية ، وهى :

(أ) **تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية ، الواقع وآفاق المستقبل**[1] ، انطلقت هذه الدراسة من التسليم بأن تاريخ وسائل الاتصال لم يشهد اختفاء وسيلة بظهور تكنولوجيا جديدة ، بل إن ما يختفى هو طرق وأدوات إنتاج ، وما انتهى إليه الأمر هو التعايش بين الوسائل المختلفة ، ومن هـــنا ، فقد كان هدف الدراسة التعرف على إمكانات الكتابة الإلكترونية وأدوات الصحف فى مجـــال الصحافة الإلكترونية ، وأثبتت أن الصحافة المصرية والعربية الموجودة على الإنترنت هى إعـــادة تقديم المضمون الموجود فى الصحيفة المطبوعة دون التفكير فى التعامل مع النص بما يتيح اســـتغلال الوسيلة الإلكترونية مثل الربط بوصلات التحول ، أو الإمكانات الإعلامية أو إضافة الصوت والمشاهد الحية ، وتقارب مدة التحديث.

(ب) **الإعـــلام الإلكترونى العربى**[2] ، دارت هذه حول مدى استفادة الإعلام العربى من الإمكانات التقنـــية الـــتى تتيحها شبكة الإنترنت ، وانتهت إلى إثبات اهتمام المواقع العربية بالمضمون على حســـاب الوســـائل التقنية ، والأخيرة مؤجلة ، لذا تعانى هذه المواقع من بطء التحميل ، كثرة الانقطاعات ، صعوبة الإبحار وعدم الاستفادة من تكنولوجيا الوسائط المتعددة.

(جـ) **مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الإنترنت ، دراسة تحليلية وصفية**[3]. سعت هذه الدراسة إلى تطبـــيق النموذج المهجن (المختلط) كمدخل لدراسة الصحيفة على الإنترنت . وطبقاً لهذا الـــنموذج ، فإن الصحيفة على الإنترنت تجمع بين تكنولوجيا الإنترنت الحديثة المتمثلة فى النص الفـــائق Hypertext وتطبيقات الوسائط المتعددة Multimedia . وساعد هذا النموذج على تقديم تصور لكيفية تحسين وظائف الصحافة عن طريق استخدام التكنولوجيا الحديثة ، وخلصت

إلى أن المضــــمون هو الفيصل فى تحديد هوية وتوجه الصحيفة . ومن ثم ، فإن الصحافة الدولية هى التى تخاطب القارئ الدولى وتهتم بالقضايا الدولية ، وإنها أفادت (أى الصحافة الدولية على الإنترنت) من تكنولوجيا الوسائط المتعددة بحسب ما يخدم أهدافها، فهناك الأرشيف، والروابط، أما تقنية الصورة الكبيرة فإنها تؤدى إلى بطء التحميل لذا لا تعتمد عليها الصحافة الدولية .

(د) **الصحيفة الإلكترونية والورقية ، دراسة مقارنة فى المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصــحف الإلكترونية المصرية**[٤]. اعتبرت هذه الدراسة الإنترنت وما تبثه من مواد مختلفة تمثل تحدياً للصحافة ، من المتوقع أن يقود العالم نحو ثورة هائلة ، ومن ثم، حاولت الإجابة عن سؤال: إلى أى مــدى تشـــكل مزايا الإنترنت تهديداً لمستقبل الصحافة الورقية التقليدية ؟ بالإضافة إلى مناقشـــة الوضع الراهن للصحافة الإلكترونية المصـــرية ، وانتهت إلى إثبات تفـــوق الصحيفة الإلكترونـــية بعــــدة سمات لا يمكن للصحيفة الورقية أن تباريها فيها ، وأن كلاً من الصحيفة الإلكترونـــية والورقـــية لها مزاياها ، وتتفوق الأخيرة فى بعض الجوانب التحريرية مثل التغطية التفســـيرية والاستقصـــائية . أما عن الوضع الراهن للصحف الإلكترونية ، فإنها لم تستفد من السمات العديدة للشبكة العنكبوتية .

(هـــ) **التفاعلية فى المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت ، دراسة تحليلية**[٥]. تناولت هـــذه الدراسة المواقع الإخبارية من زاوية واحدة وهى دراسة إحدى خصائص الشبكة العنكبوتية وهى الـــتى تشجع المتلقى على الاختيار والانتقاء والتفاعل مع محتوى الموقع الإخبارى ، وقارنت بين المواقع الإخبارية لصحف وإذاعات على الإنترنت. أثبتت الدراسة أن التفاعلية بين القارئ والنص الخـــبرى فى أدنى مستوياتها أو غائبة بسبب لجوء هذه المواقع إلى إعادة نشر النسخة المطبوعة من الجريدة الورقية .

(و) **مدخل إلى "الصحافة الإلكترونية" وهى ورقة بحثية قدمت فى المؤتمر الرابع للصحفيين المصريين فـــبراير ٢٠٠٤م**[٦]. تناولت أنواع الصحف الإلكترونية الموجودة فى مصر وهى صحف من أصـــل ورقـــى ، وأخرى على الإنترنت ، واعتبرت أن قنوات المعلومات التلفزيونية أحد أوجه ظاهـــرة الصحافة الإلكترونية – وإن كانت غير مرتبطة عضويًّا بالإنترنت – فهى تقدم صحافة مقروءة عبر الشاشة ، وأنها أوسع انتشاراً من الصحف الإلكترونية ، بحكم أنها تبث عبر وسيلة توصـــيل أوســـع انتشاراً وأكثر إتاحة وهى التليفزيون ، وانتقلت إلى الخصائص التى تتميز بها

الصحف الإلكترونية. أما التحديات أمام هذا الوسيط الإلكترونى الجديد فهى تعدد الأعباء حيث لا ينـــتهى دور المحـــرر بـــتقديم المادة الصحفية ، كما أنها تحتاج إلى مهارات للقائم بالاتصال. والسلبيات لها هى : أنها توفر بيئة خصبة لانتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة والملفقة ، أما أهم التطورات المستقبلية فهى ازدهار صحافة الهواة Belog وظهور صحافة المصدر المفتوح بالإضافة إلى اتجاه الصحف إلى التكيف مع حاجات المتلقى أو ما أطلق عليه بالشخصنة .

(ز) والورقة الثانية فى المؤتمر نفسه هى "واقع الصحافة الإلكترونية" والتحديات أمامها"[٧]. وتميزت بتحديد دقيق للصحافة الإلكترونية من حيث تحديد أنواع المواقع الإلكترونية من زاوية المضمون، والجمهور ، والتمويل ، وانتهت إلى التأكيد بأن هناك غموضًا وعدم تحديد فى المفهوم ، بالإضافة إلى غياب المقررات التدريبية أو إدماج لمقررات علمية خاصة بها. وأخيراً عدم الاعتراف بالعاملين بها سواء فى الانضمام لنقابة مهنية ، أو تخصيص جوائز للعاملين .

ثانياً : دراسات عربية تتقاطع مع موضوع الدراسة[٨] :

وهـــى تـــدور فى أغلـــبها حول الإنترنت ، سواء باستخدام مداخل منهجية مثل الاستخدامات والإشـــباعات ، أم مجـــالات استخدام الإنترنت فى جوانب مهنيـــة ، وهى لا تدخل مباشرة فى إطار موضوع الدراسة ، كما أن هذه الدراسات فى مجملها ميدانية على جمهور مستخدمى شبكة الإنترنت (سواء : طلاب أم أساتذة اتصال جماهيرى ، أم شباب ، أم العلاقات العامة ، أم مهنيين) .

ثالثاً : الدراسات الأجنبية :

عـــلى عكـــس الدراسات العربية ، فإن الكتابات والدراسات الأجنبية تميزت بالتعدد والغزارة ، بالإضافة إلى تنوع المداخل التى تناولت من خلالها الإعلام الإلكترونى ، وعزز من ذلك كثرة الدوريات الـــتى تخصصت فى دراسات Multimedia ، Media on line ، مثل the Information Society الصادرة عن جامعة إنديانا ١٩٨١[٩] وبدأت بالدراسات حول Telecommunication ، وتحولت إلى الوسائط المتعددة ، وابتداء من عام ١٩٩٥ بدأت الدراسات حول الإعلام الرقمى Digmedia ، وهـــناك مجلـــة Journal of Computer Mediated Communication ، وبالإضافة إلى المجلة الإلكترونـــية حول الموضوع ذاته وهى[11] Project Muse Scholarly Journal on Line وهناك Electronic Journal of Communication .

أ - الدراسات حول Telecommunication[١٢]

أشـــارت هذه الدراسات قضية تعقد تكنولوجيا الاتصالات فيما يختص بالبنية الأساسية ، ودارت حـــول أن هـــذا سوف يؤدى إلى مركزية وسائل الإعلام وإنتاج الرسائل الاتصالية بما يؤثر على بنية الاتصال ، والمتلقى (Robin Williams *et all*) ، وأن هذه التطورات خطوة فى طريق القضية الاتصالية (Sussman - Flolfi) ومـــن ثم ، فـــإن هذه التطورات ستؤدى إلى سيادة ما يسمى بنموذج الشبكة للاتصالات(*).

ب - دراسات تناولت التحذير من الإعلام الإلكترونى :[١٣]

عـــلى الرغم من أن اتصالات الفضاء لم تكن بالانتشار الذى نجده الآن ، إلا أننا نجد أن "توفلر" Toffler وزملاءه أشاروا مبكراً (١٩٩٩م) إلى خطره ، وأنه يمثل مرحلة نحو سيادة النموذج الاتصالى الأمريكى ، ومن هنا كان حرص الأنظمة السياسية لبسط سيطرتها على هـــذا النظام الاتصالى وتبنيه ، وأنـــه يمثل العولمة وتشكيل الملامح لعصر جديد ، ويقود نحو العاصمة العالمية الجديدة فى عصر ما بعد الحداثة. وهو ما أطلق عليه "جون كارلوس" عهد الإمبريالية .

جـ - اتجاه يرى أن الإعلام الإلكترونى مصدر للثروة[١٤] :

ويمـــثله "Brown" و"شـــيلر" ومـــن ثم فـــإن هذه المواقع تسعى لزيادة الاشتراكات من خلال password فى حين أن هذه الوسائل لابد أن تكون متاحة ومجانية لتحقيق حرية الإعلام.

د - دراسات ترى أن الإعلام الإلكترونى بديل عن الأشكال التقليدية[١٥]:

ومـــن هذا يرى Ferguson - Perse أن الشبكة العنكبوتية تمثل بديلاً عمليًا للتليفزيون ؛ إذ إنها تحتوى على الخدمة التى يقدمها بالإضافة إلى ما تمتاز به من إضافات وإمكانات تتفوق عليه.

أما "هايدى أندرسون" فترى أن تعامل المتلقى مع الصحافة الإلكترونية تعامل هادف ومقصود ، بالإضافة إلى أنه يتميز بارتفاع مصداقيته لدى المتلقى.

هـ - دراسات تتناول شكل المصدر[١٦]:

وتـــرى هـــذه الدراسات أن الوسيلة الجديدة تعتمد على الرسالة ، والسرعة والتركيز، وأن هذا سوف يأتى على حساب تجهيل المصدر ؛ ومن ثم تناولت بعض هذه الدراسات أثر هذا التجهيل على

(*) Encouraging the evolution of new network model of Telecommunication.

المتلقى الذى يصدق الرسالة . ومن هنا فإن "براد كاليفيد" تناول هذا الاتجاه ، بينما لجأ "Forner" إلى وضع توصيات من خلال مؤتمر (AAAs)(*) يعتمد على التعليم ورفع الوعى ، بالإضافة إلى الإجراءات القانونية لمواجهة ظاهرة التجهيل للمصدر .

و – اتجاه تمثله دانيال بونيو(١٧) :

ويرى أن النمط الاتصالى الجديد الإلكترونى سوف يغير بيئة المتلقى، وكذا تشكيل ثقافة الإنسان ، فالإنترنت ما هى إلا لغة تؤثر على تشكيل وصياغة الرسالة ، والوسائل ، والأجيال القادمة .

ز – التحليل الاتصالى للإعلام الإلكترونى(١٨):

رأت الدراســـات التى تناولت تحليل الأشكال الاتصالية على www أنها سوف تؤدى إلى أشكال اتصـــالية جديـــدة ، فـــنحن نتحول إلى مجتمع النص الفائق بحسب "توماس اريكسون" ، أما "تال" (وآخرون) فيرون أن قنوات الاتصالات التقليدية كانت Monologic ، وDialogic الآن تحولت إلى Telelogic وهو ما يمكن ترجمته بالحوار التكنولوجى – حيث إن أداته هى التفاعل مع الآلة.

أما أشكال الاتصال بحسب "فارمر" (وآخرين) فهى الاتصال من مجموعة إلى مجموعة Many to many communicating ، وقد ساهمت الوسيلة الجديدة لتحويل نظام المعلومات إلى مرحلة Data high way أى المعلومات فائقة السرعة(*) ، أما"Breen" فيرى أن الشكل الاتصالى المترتب على هذه الوسائل الجديدة فهو العزلة والتشتت ، وكنتيجة لذلك فإن المجتمع الجماهيرى خرافة.

وشكل الاتصال أو التفاعل بحسب "Walter" هو Hyperpersonal Interactive أى التفاعل الشخصى المتعدد الروابط ، وهناك فى هذا الاتجاه نفسه Ogan "أوجان" ، و Mirrl "ميرل" ، ويختلف هؤلاء من ناحية توصيفهم للأشكال الاتصالية وفقاً للأشكال التقليدية ، ومن هنا فإن الوسائط المتعددة والإعـــلام الإلكترونى تتضمن كافة أشكال الاتصال مثل الاتصال من فرد لفرد ، أو من فرد لمجموعة ، ومـــن مجموعـــة لمجموعة. ويلاحظ أن من تصدى بالتحليل الاتصالى عمل على نحت ألفاظ من الواقع الإلكـــترونى لوصف الأشكال الجديدة ، مثل hyper لوصف الاتصال الشخصى ، فهناك من يقترح مدخلاً نظريًا فضائيًا لدراسة الإعلام الإلكترونى Cyber theory.

(*) American Association for Advancement of Science.

(*) هناك من يترجمها بالطريق السريع للمعلومات ، ونحن نختلف مع هذه الترجمة – انظر المراجع.

ويضيف Sandbothe وصفاً لهذا النوع بأنها شبكات المعلومات التفاعلية Interactive data ، وبتعبير آخر Meditative ، أى الوسائل الاتصـــالية التفاعلية ، والإضافة التى يقدمها فى وصف هـــذه الوســـائل الجديـــدة أنها سوف تجعل الفرد يعيش الواقع الذى يراه ، وبالتالى يتحول من الواقع المتخيل Virtual Reality إلى العالم الحقيقى Real Live ، كما أن هذه الوسائل الإلكترونية من خلال نظام تحكمـــى(*) للإشــــارات تفرض واقعًا جديدًا مقارنة بعالم العدد الذى كنا نعرفه ، ومن هنا ، فإن لغة وسائل الاتصال أصبحت أكثر واقعية وليصبح ما يعرف Pragmatic media.

ح – الصحافة الإلكترونية(١٩) :

وقد تناولت هذه الدراسات مواقع الصحف على الإنترنت بالدراسة ، فقد قدم "Xigen" تحليلاً لـــبعض العناصر الجرافيكية المميزة لصحافة الإنترنت ، وخصصت إحدى المجلات المتخصصة عددين(*) مـــنها لمناقشة جوانب الصحيفة الإلكترونية ، المواد، المواقع الخاصة بالنشر لها ، ففى دراسة Endres Caplan إجابة حول تساؤلات من هو منتج الصحيفة الإنترنت، الموضوعات التغطية ، نسبة الإعلان ، والمواد المخصصة للجنس ...إلخ ، ومقارنة للنسخة الورقية بالنسخة الإلكترونية.

أمـــا دراســـة "Waisbord" فهى توصيف للصحافة فى أمريكا الجنوبية من حيث دوافع الإنشاء والمضمون الإلكترونى ، وأسئلة أخرى طرحتها "Ann M.Brill" حول القائمين على هذه الصحافة ، هل هم صحفيون ، أم إذاعيـــون أم إذاعيـــون صحافيون ، أم هم مبرمجـــو كمبيوتر . ما خلفياتهم ، وما مهاراتهم ؟

ط – محاولات فلسفية للتفسير :

وفى هذا المحور ، نجد أن الدراسات التى قدمها "ديفيد أرنت" – و"جانات أندرسون"(٢١) ترى أن الصـــحف الإلكترونية سوف تدور فى الأطر القديمة نفسها ، وأن هذا يرجع إلى قلة التدريب ، وعدم وجود أخلاقيات لما يسمى بالوسيط الجديد ، أما "Fidler" فيرى أن المواقع الإخبارية سوف تتزايد ، وأنها أكثر من مجرد تقليد للمحتوى القديم للإعلام المطبوع ، وناقش الأدوار الاجتماعية للصحافة وهل يمكن أن تؤديها الوسائل الإلكترونية، وخاصة وظيفة الحراسة العامة Public watchdog function ،

(*) http://www.Und /html/http://www.Li4....etc

وأيضاً مسألة الحفاظ على الخصوصية للمتلقى ؛ فالمتلقى عندما يطالع وسائل الإعلام التقليدية لا ينظر أحد من خلف كتفه ليرى ماذا يقرأ ، فالوسائل الجديدة سوف تؤثر على عادات hobbies المتلقى.

أما "José de Faria"[٢٣] فقد ناقش التحول التكنولوجى فى وسائل الاتصال ، أنه سوف يكون فى الشكل دون المضمون ، وأن الوسائل الجديدة سوف تؤثر بالضرورة على الإنسان وعاداته واستخدام حواســه انطلاقــاً من تفسيرات "ماكلوهان" ، و"ليفى" ؛ فالتحول الرقمى سوف يؤسس نظام رموز اتصالية جديدة ، تؤثر بالضرورة على وسائط الاتصال Communication mediums وهذا يرجع بــدوره إلى تكنــيكات وتكنولوجــيا Techniques and technologies الفضاء المادى والواقعى physical and virtual . وفى هذا المحور فإن "ديفيد بارتليت"[٢٤] يرى أن هناك علاقة ما بين وجود الكومبــيوتر كوســيط اتصالى إلى جانب ما نعرفه من وسائط الاتصال التقليدية ، ويرى أن الأشكال الإذاعية الفضائية Broadcast satellites كسرت الاحتكار التقليدى لأنظمة الاتصال الكابلى ، وجاء الكومبــيوتر فى مواجهـــة البنية الأساسية الباهظة التكاليف لتكنولوجيا الاتصال ، لتحل محل شبكات رخيصـــة الثمن مع زيادة سعة التخزين محل التكنولوجيا السابقة ، وتعمل على سرعة التحـــول على مجتمع المعـــلومات فائقة الســـرعة data highway.

مناقشة الدراسات السابقة :

تتمـــيز الدراســـات العربية بأنها : تناقش الاتصال الإلكترونى على استحياء على الرغم من تعدد الجوانب للظاهرة الاتصالية الإلكترونية الكونية ، وتتركز غالبية الدراسات العربية على استخدام فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات ، وعلى الرغم من تعدد الدراسات فهى تكاد تكون موضوعًا واحدًا مع اختلاف العينة، تارة استخدامات الطلاب .. تارة أساتذة الاتصال الجماهيرى .. أخرى الشبكات.. ثالــثة المهنــيين ، وهكذا ... كما أنها تتعامل مع الإنترنت دون مناقشة استخدامات المواقع الإعلامية والإخبارية تحديداً ، وتجاهلت بقية الجـــوانب وهى : طبيعة هذه المواقع ، المضمون ، مهارات العاملين بها ، إلى آخر هذه الجوانب.

أمـــا الدراسات القليلة حول الصحافة الإلكترونية ، فعملت على توصيف المواقع الموجودة بالفعل ورصـــد ســـلبياتها ، ويلاحظ أنها تتعامل مع كل هذه المواقع على اعتبار أنها صحافة وليست وسيطًا اتصاليًا جديدًا .

وتـــنفرد عن بقية هذه الدراســـات الأوراق البحثية التى قدمهـــا اثنان من الممارســـين فى نقابة الصـــحفيين ، فى أنها تميزت بالشمول والإحاطة . أما الدراسات الأجنبية ، فقد بدأت مناقشة ظاهرة

الاتصـــال الكـــونى والوســـائط المتعددة مبكراً ، ولعل أولى الدراسات تلك التى حذرت من مستقبل الممارسة الاتصالية الإلكترونية وإن كانت جميعها انتهت إلى الاتفاق بأنه بقدر السهولة واليسر فى إقامة المواقع الإلكترونية ، إلا أنها سوف تخضع للضبط والسيطرة استجابة لدوافع مختلفة ، فقد يكون الدافع الربح ، وقد يكون الاحتكار المعلوماتى ، أو السيطرة السياسية ؛ أى لن يظل الفضاء الإلكترونى مباحاً ومتاحاً وفقاً لهذه الرؤى الغربية.

الاختلاف بين المواقع الإلكترونية الأجنبية والعربية :

يتضـــح مـــن الدراســـات العربية والأجنبية أنه على الرغم من سبق الأخيرة فى التأصيل للظاهرة الإلكترونـــية ، إلا أن هـــناك نوعًـــا من السيطرة على كافة المراحل الاتصالية ، وكذا الاستفادة من الإمكانات الإلكترونية من وسائط متعددة وتكنولوجيات اتصالية ، كما أن المواقع الصحفية الإلكترونية بـــدأت فى الانتشـــار منذ عام ١٩٩٥ وتضاعفت فى العام التالى ، ويبرز عنصر رئيسى للاختلاف بين الإعلام الإلكترونى العربى والأجنبى .

بالإضافة إلى القصور فى استخدام التكنولوجيا الحديثة ، والقصور فى استخدام الوسائط المتعددة ، إلا أن المواقع الأجنبية تتميز بالسيطرة على العملية الاتصـــالية إلى درجة أن "ديفيد بارتليت" David Bartlett" يـــرى أن الإعلام الإلكترونى لن يعرف حارس البوابة ، وكنتيجة لذلك وتلبية للسرعة فإن المعلومات تنشر خاطئة ، ويصبح تكرار الخطأ حقيقة .

وهناك اختلاف رئيسى وأساسى بين الدراسات العربية والأجنبية ، فبالإضافة للإحاطة والشمول هـــناك التخصـــص ، وهـــناك أكثر من دورية بحثية عن الاتصال الإلكترونى ، أو الاتصال عبر وسيط كمبيوترى ، وكذا مواقع بحثية إلكترونية حول الإعلام والاتصال الإلكترونى ، كما يتضح كذلك أن هـــناك نظرية الإلكترونية ونموذج الشبكات للاتصال الإلكترونى . والنقطة الأخيرة فى رأى الباحثة هى الجوهـــرية حيث إنها القاطرة التى تجر القطار ، بمعنى : لو لم يكن هناك تأصيل علمى وبحثى سابق فلن يكـــون هناك تطور فى المجال الاتصالى ، هذا على العكس من الدراسات العربية التى تبدأ بعد الممارسة بـــزمان ، وتقتصـــر على التوصيف فعدم الجرأة فى التأصيل المنهجى ، وإثباتاً لهذا الرأى تأتى تحذيرات "توفلر" والآخرين ، محوراً من محاور هذه الدراسة.

المبحث الثالث :

الجوانب الإجرائية للدراسة :

انطلاقـــاً من هدف الدراسة ، وعلى ضوء الدراسات السابقة يتضح أن الهدف الذى تسعى إليه الدراسة لم تتطرق إليه أى من الدراسات السابقة . وهو : إلى أى مدى ينعكس تعدد المواقع الإلكترونية على توفير مصادر جديدة للأخبار ، **ومن هنا الفروض التى تطرحها الدراسة :**

- توفر المواقع الإلكترونية مصادر بديلة للأخبار لا تدور فى فلك منظومة الوكالات الدولية للأنباء .
- تـــتأثر المواقع الإلكترونية بطبيعة الوسيلة (صحافية / تليفزيونية) التى تعبر عنها من حيث استخدام الوسائط المتعددة .
- إن التعدد فى المواقع الإلكترونية يؤدى إلى ثراء معرفى وثقافى وأخبارى .

والتساؤلات التى تطرحها الدراسة :

١- ما طبيعة مصادر الأخبار التى تعتمد عليها المواقع الإلكترونية ؟

٢- ما الأشكال الفنية (التحريرية) الغالبة فى تقديم الرسائل الإخبارية عبر المواقع الإلكترونية.

٣- هـــل يختلف استخدام المواقع الصحفية / المنشأ للوسائط المتعددة عن المواقع الإذاعية / التليفزيونية المنشأ ، وبالمثل الإخبارية الإلكترونية مقارنة بما يقدم؟

٤- مـــا أشـــكال التفاعل المتاحة للمتلقى فى المواقع الإلكترونية (الصحفية / التليفزيونية / الإخبارية) المختلفة.

٥- كيف تغير الوسيلة الجديدة أسلوب وشكل التلقى كوسيلة جديدة ؟

النظرية البحثية :

تحـــاول الدراســـة الاعتماد على توصيف "مارشال ماكلوهان"[٢٥] فى تحليله للوسائط الاتصالية وتأثيرها على الرسائل .. حيث أكد تأثير الوسيط الذى تقدم من خلاله الرسالة على شكل الاتصال ، واستخدام المتلقى لحواسه . ومن هنا فإن الاتصال الفضائى الرقمى يعد شكلاً جديدًا يؤثر بدوره على طريقة الرسالة ، ويقدم لنا وسيلة جديدة تختلف عن الوســـائل التقليدية ، وكذلك تعتمد الدراسة على "Cyber theory".

وكذلـــك تعتمـــد على "Cyber theory" حيث يرى "Linkoln Dahlberg" أن دراســـات الإنترنت ترتبط بمرحلة ما بعد الحداثة ، ومن ثم فإن المقتربات المنهجية المناسبة للظاهرة الإلكترونية لابد أن تنظر إلى تطور الإنترنت داخل السياق الاجتماعى الثقافى للمجتمع[٢٦].

نوع الدراسة ومنهجها :

تنـتمى هذه الدراسة للدراسات الوصفية من حيث توفير كافة البيانات والتفاصيل حول الظاهرة المبحوثة ، باستخدام نموذج تحليل الشبكة Network model كمقترب منهجى مناسب لتحليل المواقع الإلكترونـية للاعـتماد على المزاوجة بين النص - الصوت - الصورة باعتبارها وسائط لنقل الرسالة للمتلقى ، ورسم صورة الشكل النهائى للمواقع.

الأدوات :

تسـتخدم الدراسة تحليل الخطاب المتعـدد Multi modal discourse كأداة تحليـل لمناقشة الرسـائل المقـدمة عـلى المواقع الفضـائية الرقميـة من خـلال الإنترنت ، ويعـرف "Kress" و "Leeuwen"[٢٧] هـذا الأسلوب بأنه استخدام مؤثرات رمزية مختلفة لتوصيل رسالة بشكل معين ، حيث إن كلاً منها يقول الشىء نفسه ولكن بطريقة مختلفة ، وإن كلاً منها يعمل على تقوية الآخر[*].

والجوانب التى يستخدم فيها هذا التحليل ، هى :

١- نوع الأشكال التحريرية (عنوان - خبر تلغرافى - خبر غير مكتمل - قصة خبرية - تقرير..إلخ).

٢- الصور (ثابتة - متحركة) نوعها (شخصية - قضية).

٣- مصادر الأخبار - الصور.

٤- الإمكانات الإلكترونية مثل :

- تفاصيل متعلقة.
- كلمات نشطة.
- مواقع مرتبطة.
- أرشيف.
- توسيع دائرة النشر (إرسال لصديق).
- كتابة تعليق.
- تحديث.
- إرسال بريد شخصى.

(*) - Reinforce each other (say the same thing in different ways).

ثانياً : تعتمد على الملاحظة المقصودة وفقاً للتساؤلات البحثية :

وتستخدم تحليل الخطاب المتعدد Multimodal Discourse كأداة تحليل كيفية لمناقشة الرسائل المقدمة على المواقع الفضائية الرقمية من خلال الإنترنت.

مجتمع الدراسة(*) :

تخضع دراسة المواقع الإلكترونية الآتية للتحليل :

صحفية المنشأ : الشرق الأوسط ، الأهرام ، المستقبل .

قنوات إذاعية تليفزيونية : الجزيرة ، المستقبل ، اقرأ .

إخبارية : محيط العرب ، القناة ، إيلاف.

وحدات التحليل :

تعتمد الدراسة على الصفحة الرئيسية Home page للموقع بصفة أساسية ، بكل ما تتيحه من إمكانات مثل التفاصيل للأخبار الخمسة الرئيسية الأولى ، الموضوعات المرتبطة بالرسالة الأساسية ، أما أيقونـــات الاختـــيار بكل ما تقدمه من أخبار وموضوعات فإن هذا سوف يلقى عبئًا على الدراسة ، ويتشعب بها من حيث إن هذه الوسائل ليست محددة المضمون.

الإطار الزمنى :

حيث إن الدراسة لا تركز على قضية محددة بقدر ما تركز على الملامح الأساسية للصفحة الرئيسية (مـــثلا : دور الأخـــبار ، مصادرها ، تخصصها ، الإمكانات المتاحة من حيث الوسائط المتعددة وكذا التفاعل ...إلخ) ،

فقد تم التركيز على الفترة من ١ - ١٠ فبراير ، وبالمثل الفترة من ١ - ١٠ إبريل لمعرفة الثوابت الأساسية للصفحات على المواقع الإلكترونية. أما عدد الأخبار التى يتم التركيز عليها هى الخمسة الأولى من حدود الدراسة بكل صفحة أى ٥٠ × ٧ = ٣٥٠ خبرًا ، بعد استبعاد : اقرأ والمستقبل.

(*) تم اختـــيار هـــذه المواقع طبقاً لمقياس أليكسا ALexe حول أشهر المواقع الإعلامية العربية ، وقد لوحظ أن الجزيرة جاءت فى المقدمة، والأهرام ، والشرق الأوسط ، والحياة فى إطار العشر مواقع الأولى بالنسبة لوسائل الإعلام مثل اربـــيا ، وجـــود نـــيوز فور مى هان الأول جاء فى الترتيب ٥١ ، والأخير فى ٧٩ ، ومصراوى ، أما 0777555 express وتسبح فإنها ليست إخبارية بصفة أساسية .

حدود الدراسة :

١- وضـــح مـــن خلال الدراسات العربية التى قدمت أنها وصفية ، واعتمدت على تقديم أكبر كم معلومـــاتى حول الوسيلة الاتصالية الجديدة ، وأن الدراسات التى تمت حول الإنترنت قامت على استمارة استبيان فى الدراسات الميدانية ، ومن هنا فإن عدم وجود أسلوب تحليل كمى متفق عليه يشكل عائقًا أمام الدراسة ؛ خاصة وأن الوسيلة الجديدة لها مقاييس خاصة بها (الشاشة / بوصة ، التحميل ك/بايت ، السرعة / ثانية ... إلخ).

٢- لا تركز الدراسة على قضية محددة ، لأن هذا سوف يكون اختيارًا تحكميًا ، وخاصة أن بعضًا من هـــذه المواقع – وخاصة الإخبارية – تضع أيقونات اختيار بحسب البلد فى البداية ، ومن ثم فإنها لا تعرض أولويات إخبارية.

٣- تقف الدراسة عند تقديم صورة لطبيعة المواقع من خلال العينة ، خاصة وأن جميع الصحف ، وكذا الإذاعات والتليفزيونات العربية لها مواقع ، فهو من قبيل الديكور ، وليس لها دور .

التعريفات المستخدمة بهذه الدراسة :

تقـــوم هـــذه الدراسة على المواقع الإعلامية الإلكترونية ، وقد أفادت هذه بدورها من التقدم فى التقنـــيات الرقمـــية Digital tec ، وإذا كان جهاز الكمبيوتر هو الوسيط الرئيسى الذى يتعامل معه المتلقى للإطلاع إما فى الصحف ، أو سماع الإذاعة ، أو استقبال التليفزيون، أى كافة الوسائط الاتصالية الجماهيرية التقليدية عبر هذه الشاشة ، خاصة وأنها من خلال بعض الإضافات Modem يمكن استقبال البـــث الحى لهذه الوسائل (الإذاعية / التليفزيونية) فإن هذه التقنيات الرقمية أدت إلى ما يسميه "دان شـــيلر" حركة تلاق بين وسائل الاتصال ، فقد كانت وسائل الاتصال التقليدية تتعامل مع أداة واحدة اتصالية الصوت والراديو النص للصحافة وقنوات المعلومات ، الصورة فى الصحافة والتليفزيون .

لقـــد عمل الكمبيوتر على تحقيق تلاقٍ فى أشكال الاتصال المقدمة من خلاله ، ومن ثم قد يكون المرمز واحدًا لكل وسائل هذا الاتصال ، ولكن المنتج النهائى يتوزع فى شكل خدمات مختلفة ، ويوفر الإنترنت الدمج بين هذه الوسائل فيما نراه من مواقع إلكترونية .

وتصـــبح هذه المواقع الإعلامية إحدى الخدمات التى تتبعها شبكة الإنترنت www وهى مختصر world wide web ، وتستخدم هذه الشبكة لبروتوكول عرض النصوص وهو :

وتقـــدم هـــذه الرسائل من خـــلال النص الفائق[*] http : hyper text transfer protocol hypertext، ومـــن خلال الوصلات الفائقة hypermedia نتعرض لنصوص هى مزيج من الصوت والصورة[28] **والإعلام الإلكترونى وفقاً لذلك هو :**

ثمة نوع من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدى فى المفهوم والمبادئ والأهداف ، ويختلف عنه من حيث الوسيلة التى تسمح بالدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدية بقصد إيصال المضمون المطلوب[29].

المبحث الرابع :

(المواقع الإلكترونية العربية)

- **مدخل نظرى :**

لم تـــتم وسيلة اتصال وتنتشر مثلما كانت الوسيلة الفضائية الرقمية الجديدة الإنترنت. وقد كان إنتاج أول كومبيوتر شخصى فى عام ١٩٨١م إيذاناً بأن عصر مجتمع بلا ورق قادم لا محالة (Fidler) وما يوضح سرعة التقدم والتطور إذ ما إن بدأت شبكة الإنترنت وبدأت الصحف فى العقد الأخير من القـــرن الماضى فى إنشاء مواقع إلكترونية لها ، فقد كان عدد الصحف الإلكترونية فى سبتمبر ١٩٩٧م يصـــل إلى ٧٤٥ موقعًا ، وفى مارس ١٩٩٨م يصل إلى ١٢٩٠ موقعًا ، ولكنه فى سبتمبر أى بعد عام وصـــل إلى ٢,٠٥٩ موقعًـــا . وقبل عام ٢٠٠٠ كانت هذه المواقع أربعة آلاف (Li-2002) أما عدد المواقع العربية فى العام نفسه فقد وصل إلى ٢٤٨ موقعًا .

وقـــد يكـــون هذا الرقم ضئيلاً بالنسبة لسابقه ، إلا أننا يجب أن نأخذ فى الحسبان مدى انتشار أجهزة الكومبيوتر على المستوى الجماهيرى – ومستوى الأمية – والمستوى الاقتصادى ، فإنها فى ضوء هذه المتغيرات تكون نسبة كبيرة.

وأمـــا بالنسبة لإنشاء مواقع إلكترونية عربية ، فإن أول مؤسسة صحفية مصرية تنشئ موقعاً لها ، هى : دار التحرير للطبع والنشر فى ١٦ فبراير ١٩٩٧م ، تلتها صحيفة الشعب أول أكتوبر ١٩٩٧م ، أما الأهرام فقد بدأت "الأهرام ويكلى" فى يونيو ١٩٩٨م ، والأهرام الصباحية ١٩٩٨/٨/٥م .

(*) – ترجمة د. محمود علم الدين – النص المتعدد الروابط (فى) الصحافة فى عصر المعلومات للأساسيات والمستحدثات (القاهرة : المؤلف ، ٢٠٠٠).

ويلاحـــظ أن عام ١٩٩٧م كان بداية إصدار الصحف المصرية والعربية لمواقعها : فالراية أنشأت موقعاً لها فى الأول من ينـــاير ١٩٩٧م ، والجـــزيرة فى ١٦ إبريل ١٩٩٧م ، والقبس السعـــودية فى ١٢ يوليو ١٩٩٧م[٣٠] أما الإذاعة فإن البث الإذاعى يمكن استقباله مباشرة على الإنترنت مثل لبنان ، أما إذاعة مصر فيمكن استقبالها عبر موقع صحافة ، وهناك إذاعة غير حكومية وهى موقع راديو جامعة بيرزيت[٣١].

أمـــا التلـــيفزيون فتنقسم المواقع .. فهناك مواقع خرساء ، أى لا تقدم أى بث وإن كانت تقدم مواعيد البرامج وأهمها ، ويلاحظ أن جميع التليفزيونات العربية لها موقع من هذا القبيل وتنفرد الجزيرة من حيث إتاحة البث الحى ، أو الحصول على النص مكتوباً كأرشيف[٣٢].

وبصـــفة عامة يمكن تصـــنيف المواقع الإلكترونية على الإنترنت بحســـب مضمونها أو تمويلها أو الجمهور ، أو التكوين ... إلخ ؛ أى تتعـــدد الجوانب التى يمكن من خلالها الحكم على هـــذه المواقع ، إلا أن الهدف الرئيسى للدراسة هو المضمون . لذا ، فإن أنواع المواقع بحسب المضمون : مواقع إخبارية ومواقع مساندة ، مواقع تجارية تسويقية ومواقع إعلانية[٣٣].

وبحسب المواقع الإخبارية نجد مواقع البوابات الإخبارية التى تركز على تقديم الخدمات الإخبارية مثل : البوابة ، باب ، محيط ، إيلاف.

والمواقع المساندة أى تلك التى تصدر عن صحف ورقية (لأنه توجد صحف تظهر على النت دون أصل ورقى مثل الشعب) أو إذاعة أو فضائيات.

وأهم السمات التى تتيحها المواقع الإلكترونية هى تعدد الوسائط ، التفاعل والمشاركة ، التمكين (الإتاحة) الخدمات المضافة ، الشخصية ، الحدود المفتوحة[٣٤] ، وإن كانت الدراسات الأجنبية توضح أن المواقع الإلكترونية تحظى بإقبال مما حدا ببعض المواقع إلى تقديم الخدمات لمشتركيها بمقابل مادى ، وكذلك تعدد المواقع وإن كان البعض منها مجهول المصدر ، وأن هناك صعوبة فى ملاحقة الأحداث مما أدى إلى عدم مراجعة المعلومات التى يتم بثها ، بالإضافة إلى القرصنة من مواقع على أخرى ، بالإضافة إلى الميل تحت وطأة السرعة إلى تجهيل المعلومات وعدم الاهتمام بالمصدر .. فكل هذه العوامل ، كانت وراء هذه الدراسة.

فـــإذا كان للغرب خصوصية ، فإن مصدر التكنولوجيا يؤثر من خلال المعطيات التكنولوجيا فى الـــتأثير على الرسالة ، وإزاء التعدد الذى نراه فى المواقع العربية (على ضآلته) فإن هناك ضرورة لتقييم التجربة الإلكترونية الرقمية العربية ، ومعرفة آفاق المستقبل.

المبحث الخامس :

نتائج الدراسة :

أولاً وصف الصفحات الرئيسية المقدمة عبر الإنترنت.

أولاً : المواقع الصحفية[٣٥] :

١- **الشـــرق الأوسط** : تحتوى الصفحة الأساسية للشرق الأوسط على عرض شريط أخبار متجدد (animation) يســـير بعرض الشاشة يتضمن الأخبار المتجددة وغير الموجودة بالنص المنشور .. يجـــدد الـــنص بصفة يومية وتعرض صورة للصفحة الأولى أعلى يمين الشاشة وتحت هذا الجزء مقتطفات من عناوين المقالات + صور شخصية للكتاب.

أما الأخبار فهى فى الجزء الثانى يسار الصفحة ، وفى هذا الشريط دائماً (١٠) أخبار لا تتقيد إلا بالخبر الرئيسى للصفحة الأولى وبقية الأخبار مختارات من الصحيفة.

الأيقونات المتاحة توفر نصًا للمشترك ، رسالة شخصية من خلال E-mail ، بالإضافة إلى الأرشيف ، واستطلاع الرأى .

أما الدخول على الخبر فهو مزود بإتاحة الرد ، أو إتاحة إرسال الخبر لمشترك آخر .

٢- **الأهـــرام** : تقدم الأهرام ثلاثة أخبار أساسية بأسلوب الشريط الطولى بعرض الشاشة ، ثم عناوين رئيسية من مختلف التخصصات والإحالة للتفاصيل وإن كان للدخول للموقع من خلال رقم محدد .

٣- المســـتقبل : تعـــرض المستقبل خبرًا رئيسًا مزودًا بصورة وثلاثة أخبار صغيرة تالية ، بالإضافة إلى شـــريط الصفحات المتخصصة . والنصف الثانى مقســـم لمرين وبه عناوين غير مكتملة للأخبار ، ولا تتقيد بالسياسة إذ هى من كافة التخصصات .

المواقع الفضائية[٣٦] :

يلاحـــظ أن اقـــرأ والمستقبل (مثل بقية القنوات التليفزيونية مثل نايل سات، زين، أرت .. وهكذا) عبارة عن نشر لمواقع البرامج دون تحميل أو نشرة يومية ، مواعيد فقط .

اقـــــرأ : تتمـــيز اقرأ بأنها تقدم مقتطفًا من البرنامج المقدم ورد الضيف ثم إحالة بالموعد دون إمكانة التحميل .

الجزيــرة : تقدم صورة رئيسية أعلى الصفحة ، وخمسة ملخصات لأخبار أساسية ، ثم تقسم الصفحة جغرافــيًّا : وطــن عــربى ، آســيا ، أفريقيا ، الأمريكتان ، أوربا ، إسرائيل ثم تخصصات كالاقتصــاد ، والعــلوم ، والطب ، وتحت كل عنوان من هــذه الأقسام عناوين ، لا تزيد عن (٢) عنوان وأيقونة الاختيار.

المواقع الإخبارية[٣٧] :

(أ) **محيط العرب:** وتنقسم الشاشة قسمين بالإضافة إلى شريط طولى صور متحركة (Animation) ، والصــفحة بها شريط إخبارى عرضى (متحرك). والقسم الأعلى خبر رئيسى وعناوين الأخبار والنصف الثانى مختارات إخبارية ومتخصصة وعناوين ثابتة وأيقونات الاختيار.

(ب) القنــاة : Elqanat

والقناة شريط الأخبار أسفل الصفحة متحرك ، وتنشر (١٣) خبرًا مزودًا بصورة وعناوين أخبار عربية ثم دولية ، ومتخصصة. يلاحظ أن القناة تتيح أسماء الدول (hot words) أعلى الصفحة ؛ مما يتيح للمتلقى أن يختار الدولة التى يريد ، وهى توفر الأخبار التى تهمه حسب الدولة.

(جـ) إيــلاف : Elaph

تعــتمد الخــريطة الأساسية للصفحة على شريط عرض (متحرك) وأسلوب الإطار يمين وأعلى الصفحة ، أما النهر الرئيسى فيعرض الأخبار بأسلوب شريط طولى. وتعرض الأخبار منسوبة إلى مراسل فى كل دولة.

فى إجابة التساؤلات البحثية ومدى تحقق الفروض ، من خلال هذه الدراسة نعرض الإجابة حول التساؤلات البحثية ، وفى الختام عرض لمدى تحقق الفروض المطروحة.

إجابة السؤال الأول :

مصادر الأخبار فى المواقع الإلكترونية :

١- تلتزم الأهرام والمستقبل بالنص الأصلى تحديداً باعتبارها مواقع لصحف ، وتعد ترجمة لها.

٢- تُضــيف الشــرق الأوسط شريط الأخبار (المتحرك) على الشاشة كنوع من التحديث للأخبار المنشــورة ، وإن كانت تعتمد فى هذا الشريط الإخبارى على وكالة الأنباء الفرنسية، أما الصور فيلاحظ أنها تزود الأخبار المنشورة على الإنترنت بصور غير موجودة فى الأصل الورقى ، المصدر واضح فى الصور هو وكالة (أ . ب).

٣- تعتمد الجزيرة على وكالتى الأنباء و أ ف ، ورويتر فى الصور ، كما أن كل موضوع مزود على الأقـــل بثلاث صور. أما مصادر الموضوعات الإخبارية ، فيكون اعتمادًا على وكالة واحدة ، أو الوكـــالات + مندوب الجزيرة ، وفى حالة النص على المصدر الخاص بالوكالة .. فإن المعلومات الواردة كما جاءت فى النص الأصلى بحسب المصدر الأجنبى .

٤- لا تشير القناة إلى مصادرها الإخبارية صراحة وبالمثل المحيط ، وإن كانت تنقل عن الجزيرة أحياناً.

٥- أما إيلاف فلها مراسلون أو تشير لأخبارها بحسب المراسلين ، وبها إعادة إنتاج لما هو منشور فى الصحف المحلية والدولية ، وبها أيقونة واضحة حول ذلك (جريدة الجرائد) وبها ملخص لما نشر فى وسائل الإعلام المطبوعة الأساسية .

٦- جمـــيع المواقع السابقة لا تزود الصفحة الأساسية بآلية خاصة حول جهة الإصدار ، أو التمويل ، وهـــى عادة تكون أيقونة (من نحن) وهى معلومات مهمة ترتبط بتحديد المصدر ومعرفة التوجه إليها .

٧- لوحـــظ فى المواقـــع الإلكترونية للقنوات التليفزيونية التى تمثلها فى العينة "المستقبل" ، "اقرأ" ، أن الغرض من النافذة الإلكترونية هو عرض لبرابجها ودفع المتلقى لمتابعة برابجها والتوقيت المحدد(*).

النتـــيجة الأولى : يتضح مما تقدم أن تعدد المواقع الإلكترونية لم ينعكس فى استقلالية إخبارية ، وإن كانـــت إمكانات الإنترنت التى تتعامل مع الفضاء الإلكترونى المفتوح ، مدة أربع وعشـــرين ســـاعة ، فرضت على هذه المواقع أن تملأ هذا الفراغ استجابة لدوافع المنافســـة عـــلى جذب المتلقى مما دفع ببعض القنوات التى لا تستطيع المنافسة إلى الالتزام بما جاء فى وكالات الأنباء العالمية الغربية – دون تصريف – وإعادة إنتاج ما جاء فى هذه الوسائل بما يعنى استمرار التدفق الإخبارى فى اتجاه واحد ، ودون أن تكون وسيلة لعرض وجهة النظر الأخـــرى ، كما تميزت التغطية الإخبارية بالتلون إلى حد ما .

(*) تقريـــباً كل النوافذ الإلكترونية للقنوات ما هى إلا وسائل للاشتراك فى البرامج ، من خلال البريد الإلكترونى وربط المتلقى بالقناة مثل mbc ، نايل سات ، زين ، آرت ، أوربت ، وهكذا ...،

مثال : الجزيرة ٤/٦

البرادعى يدعو إيران إلى تسريع التعاون مع الوكالة الدولية للطاقة الذرية وتقديم إجابات عاجلة عن الأسئلة المتعلقة ببرنامجها النووى.

القناة : أعلن مدير ... إن إيران تعهدت بتقديم المزيد حول أنشطتها خلال شهر .....

محيط العرب : البرادعى يوجه انتقادات إلى إذاعة إيران.

وبالمـــثل ، الخـــبر الخاص بالمجازر الأمريكية فى العراق واختطاف رهائن يابانيين ، وفوز مهندسة عراقية بجائزة نوبل ، وهنا يلاحظ أن بعضًا من هذه الأخبار أقرب (للشائعة) مثال (كونداليزا رايس لن تزور سوريا) فدورة الأخبار رغم تعدد القنوات الإخبارية محدودة .

وهذا يؤكد التوقعات التى وردت فى الدراسات الأجنبية ، وبالتحديد "ديفيد بارتليت" فيما يختص بتضـــاؤل دور حارس البوابة ، وبالمثل "فورنر" ، "براد كاليفيد". الذين حذروا من خطورة مثل هذه التغطية الإخبارية ، والنتيجة المباشرة لها فى حالة تعرض المتلقى لمثل هذه القنوات الإلكترونية والجهات التى تقف وراءها.

السؤال الثانى : الأشكال الفنية (التحريرية) للمواقع الإلكترونية :

١- الشـــكل الغالب على الصفحات الرئيسية هو العناوين ، وبالتحديد عناوين ناقصة ، كما أن القيم الخبرية تتراجع أمام السياسة التحريرية لكل موقع .

٢- تســـتخدم المواقع الإخبارية (جميعها) بالإضافة للجزيرة والشرق الأوسط شريط الأخبار المتحرك ، ومن ثم يغلب عليها استخدام الخبر التلغرافى القصير الذى يجيب عن التساؤلات الخمسة وأحياناً ما يركز على إجابة سؤال أو سؤالين .

٣- كنتيـــجة للإحالة (التفاصيل) فإن القصة الخبرية المعروضة Round up Story تهتم بتقديم كافة التفاصـــيل دون الاعـــتماد على مصدر واحد. وعلى الرغم من تعدد المصادر الأصلية بما يوحى بالمصـــداقية ، فإن الحدث الأصلى يتوه أمام تعدد الآراء أو الحقائق المضافة ، مع ملاحظة أن هناك مصادر ليست مرتبطة بصورة مباشرة بالحدث .

مثال على ذلك : عدد ضحايا مذابح الفلوجة ٤٧ قبل يومين من ذكرى سقوط العراق الأولى.

٤- تـــزود الجزيرة القصص الإخبارية بكلمات نشطة (hot word) من خلال أسماء الأفراد، البلاد ، المؤسسات والهيئات ، المدن – التواريخ ، ومن ثم اختيار الاسم الدال ، وهو مذيل بخط ، ويتوارى الـــنص الأصلى أمام المعلومات الجديدة ، وهكذا وبالمثل مزود بخرائط ، وتواريخ ، ويلاحظ أنها أحياناً ليست معلومات أرشيفية بل جاءت فى برامج سابقة ، ومن ثم تنفرد الأخبار عبر الجزيرة عن القـــناة المذاعـــة فى أنهـــا مزودة بخدمات زائدة ، سواء فى الموضوعات المتعلقة أو الأرشيف ، أو الكلمات النشطة .

النتيجة الثانية : إن المواقع الإخبارية من حيث طبيعة وســيلة العرض تعتمد على الإيجاز وتجــزئة الحقــيقة ، وترك الإبحار والتجول navigation داخل الشبكة على المتلقى وفقاً لحاجته .

السؤال الثالث :

مـــدى اخـــتلاف المواقع الصحفية المنشأ ، والتليفزيونية والإخبارية فى استخدام الوسائط المتعددة (صوت ، صورة ، نص فائق).

١- تأتى الجزيرة فى المرتبة الأولى – وفقاً لجدول (١) – من حيث إمكانة تحميل البرامج ، بالإضافة إلى استخدام الكلمات المرنة (النشطة) والصور المتحركة والأخبار المتحركة.

٢- وفى المرتبة الثانية تأتى المواقع الإخبارية لاستخدام العناصر النشطة ، والأخبار المتحركة ، والصور المتحركة.

٣- أمـــا الصـــحف الإلكترونية فإنها تلتزم بالنص الثابت لصحيفتها ، وتختلف عنها الشرق الأوسط بإضافة شريط الأخبار المتحرك .

النتيجة الثالثة : يؤثر ارتباط الموقع الإخبـــارى بقنوات إذاعية أو تليفزيونية (أو فضائية) فى إمكانة تحميل البرنامج أو سماعه(*).

(*) بمـــراجعة موقـــع إذاعى bbcarabic.com وموقع قناة تليفزيونية CNNarabic.com ، وكل منها يتيح تحميل برامجه .

السؤال الرابع :

أشكال التفاعل المتاحة للمتلقى فى المواقع الإلكترونية جدول (٢) .

تعتمد المواقع الإلكترونية على الإمكانات التى يتيحها الوسيط الإلكترونى ؛ مما حدا بالبعض إلى أن يطلـــق عليها الوسائل التفاعلية meditative بحسب "Sandbothe" ، وعناصر التفاعل التى تتيحها المواقع الإلكترونية ، كما سبق وأشارت "Heidi Anderson" إلى الاختيار الهادف والمقصود بالنص الفائق ، والكلمات النشطة ، والموضوعات المتعلقة . ويمكن تقسيم أشكال التفاعل إلى أشكال خاصة بالتلقى وهى الاختيار ، وأخرى يتحول فيها المتلقى إلى مرسل مثل إتاحة الفرصة بالتعليق أو السؤال، والبريد الإلكترونى من الشبكة للمتلقى ، وهذا يعنى شخصيته العملية الاتصالية مع المتلقى .

وكذلك الجانب الثالث فى التفاعلية ، ألا وهو توسيع دائرة المشاركة الاتصالية بإرسال النص لمتلقٍ ثالـــث ، وهناك جانب مرتبط بالتفاعلية ويتمثل فى الاستطلاعات التى تنظمها المواقع الإلكترونية من خلال عرض موضوعات ومعرفة الرأى حولها ، وهى هنا تربط بمجتمع المتلقين معاً حول قضية ما .

- وهـــنا يلاحظ أن الجزيرة والشرق الأوسط تخصصان رسائل إلكترونية للمتلقين على عناوينهم الشخصية .
- أن الشرق الأوسط تتيح قراءة الموضوع أو إرساله بالبريد لآخر .
- أما توافر كافة أشكال التفاعل فتتيحها مواقع الجزيرة والشرق الأوسط .
- أمـــا القنوات الإخبارية فإنها تعتمد على الاختيار المقصود من خلال القوائم المسدلة ، وإرسال رأى للموقع أو إتاحة فرصـــة للدخول فى حـــوارات مع مرتادى الموقع chat حـــول قضايا إخبارية .
- أما الأهرام والمستقبل .Future T.V واقرأ ، فإنها تلتزم بالتعبير عن الموقع الأصلى لها ، وإتاحة الاتصال فى حدود المضمون ، والتعليق عليه .
- تشترك كل من الجزيرة والشرق الأوسط فى إجراء الاستطلاعات حول الموضوعات الإخبارية التى تستجد على الساحة .

السؤال الخامس :

كيف تؤثر الوسيلة الجديدة على شكل التلقى :

مـــن خلال ما يقدم من العرض السابق ، والنتائج السابقة فإن المتلقى (المتعامل مع هذه القنوات الإلكترونية) لا يمكن أن يظل سلبيًّا ، فهو فى حالة حركة منذ التعرض للشاشة الإلكترونية، وإذا كان "ماكلوهـــان" صـــنف الوســـائل الاتصالية ما بين الوسائل الساخنة hotness والباردة coldness(*) وكانت الصحافة والإذاعة من الأولى ، والتليفزيون من الوسائل الثانية ، فإن الوسيلة الإلكترونية تفرض عـــلى المـــتلقى تحـــدى الاختيار ، فهو لا يطالع حقيقة كاملة ولكن كل حقيقة مرهّنة بالضغط على "mouse" ، وإذا لم يفعل ذلك فلن يجد معلومات جاهزة.

كمـــا أن هذه الوسيلة تفرض تحديًا على الوسائل التقليدية ، فهى تتشابه مع التليفزيون من ناحية الشكل ، إلا أنها تتفوق عليه من زاوية إتاحة الفرصة للتعرض بحسب ظروف المتلقى ، وإعادة التعرض أكثر من مرة (الأرشيف) ويمكن إعداد رسائل خاصة للمتلقى وفقاً لخياراته ، كما تتفوق على الوسائل الورقية فى أنها لا تحتاج مكانًا للتخزين ، أو أن المواد تتعرض للتلف.

مناقشة النتائج ومقارنة للتفسير :

باستعراض المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية أو للصحف(*)، نجد أن كلاً منها له موقع بالفعل ، جميع الصحف لها مواقع إلكترونية[٦٢] ، والقنوات التليفزيونية الحكومية والأهلية (الخاصة)[٦٣] ، كما أن هناك مواقع إخبارية ولكن هل إقامة الموقع الإلكترونى من زاوية الحاجة لـــه ، أم من زاوية الطفـــرة أو الموضة[٦٤] .

إننا من خلال العرض السابق نخرج بما يلى :

١- إن إقامـــة موقـــع إلكترونى يحتاج إلى إمكانات بشرية ، وتدريب وتمويل ، وهى أمور فوق طاقة بعـــض مـــن وسائل الاتصال لدينا ، والدليل على ذلك أن المواقع التى توافر لها التمويل كالشرق الأوسط ، لجأت إلى وكالات الأنباء الجاهزة (و أ ف) لتوافر التحديث وآخر الأخبار ، و لم تكن لديها إمكانة استكمال مراسلين وتوفير المادة الخام للموقع الإلكترونى .

(*) - See Forner, Lenng.

(*) وصل عدد المواقع العربية الإلكترونية عام ٢٠٠٠م إلى ٢٤٨ موقعًا فى رامى شريم : المرجع .

٢- تثبـــت تجربة الجزيرة نت من إمكانة تحميل الصـــوت والبرنامج أن المواقع العربية ســـوف تشهد الـــتطور ، الـــذى مرت به صناعة الإعلام فى الخارج حيث لجأت قطاعات الاتصال إلى التجمع والـــتمركز المؤسســـاتى فى شكل إمبراطوريات اتصالية ؛ لإمكانة الاستفادة المثلى والكاملة من الإمكانات الإلكترونية ، فلدينا صحيفة المستقبل وتلفزيون المستقبل وكذا راديو الشرق الأوسط إلا أن استغلالهم للإنترنت ما زال قاصراً.

٣- نستطيع أن نجزم من خلال تجربة المواقع الصحفية موضع الدراسة (والتزامها بالنص) والتليفزيونية : اقرأ ، المستقبل ، والتزام كل منها بإتاحة معلومات عن برامجها أن هذا الدور ليس هو المقصود من الموقـــع الإلكـــترونى ، ويجـــب التعامل مع الوسيلة الحديثة بما تتيحه من إمكانات تحقيق التلاقى والإدماج بين أكثر من وسيلة فى وقت واحد.

محاولة للتفسير : كيف يمكن أن نفسر ظاهرة المواقع الإلكترونية العربية الحالية ؟

إنـــنا نجد موقعًا واحدًا يرقى للمواقع الأجنبية وهى : الجزيرة ، وإن كانت تعتمد إلى حد ما على وكالات الأنباء ؛ أى ما زالت تدور فى فلك التدفق الإعلامى من الشمال وبالتالى فيم كانت إقامة هذه المواقع .

إذا أردنـــا العـــودة إلى مرحلة نشأة الإذاعة الأهلية ، فإن المحطات الإذاعية كانت تنشأ من فوق أسطح المبانى ، وكانت تنشأ محطات تجارية ، قبل النشأة الرسمية فى مصر ١٩٣٤م، وعليه .. فإن فوضى المواقع الحالية جاءت من قبيل الانبهار ومجاراة لتطور الأحداث ، دون وعى لماهية الشبكة الكونية التى تكرس الهيمنة الكونية الشمالية.

وإذا كانت الأصوات تعالت فى الولايات المتحدة محذرة من آثار هذه الشبكات ودعت لمواجهتها بالتعليم وتنمية الوعى[٦٦].. فإننا أولى بذلك ، خاصة وأننا لن نستطيع منع استقبال الإعلام الإلكترونى ، ولا مراقبته ، كما أن الوسيلة الجديدة تستدرج المتلقى فى فلكها بما تتيحه من إمكانات .

مدى تحقق الفروض :

الفرض الأول :

توفر المواقع الإلكترونية مصادر بديلة للأخبار لا تدور فى فلك منظومة الوكالات الدولية للأنباء .

لم يـــتحقق هذا الفرض ؛ حيث إن المواقع الإلكترونية العربية تعتمد على وكالات الأنباء بصفة أساســـية رويتر ، و أ ف ، أ ب ، وتنشر النص صراحة منسوباً إلى الوكالة. وبالتالى فإنها لم توفر آلية استقلالية و لم توفر منظومة دولية للتبادل المتكافئ للأنباء ، ويظل التدفق فى اتجاه واحد.

الفرض الثانى :

"تـــتأثر المواقع الإلكترونية بطبيعة الوسيلة المنشأ للموقع (صحفية / إذاعية) فى استخدام الوسائط المتعددة".

تحقق هذا الفرض من حيث التزام المواقع الإخبارية الصحفية بالنص الأصلى ، ومن ثم كان دورها هو إتاحة الدورية على الإنترنت دون الاستفادة من إمكانات الوسيلة الخاصة بالدمج والتلاقى بين أكثر من وسيلة اتصال ، وأفاد الموقع الإلكترونى المقام لفضائية عربية فى إمكانية تقديم البث الحى للبرنامج ، ومن ثم فإن هذه المواقع لا يمكن فصلها عن القناة الاتصالية التى أنشأتها.

الفرض الثالث :

"إن التعدد فى المواقع الإلكترونية يؤدى إلى ثراء معرفى وثقافى وإخبارى"

لم يتحقق هذا الفرض من خلال استعراض المواقع الإلكترونية ، خاصة وأن الفضاء الكونى مفتوح ويحـــتاج دائمـــاً إلى فيض معلوماتى مما أدى ، تحت ضغط السرعة ، إلى عدم التحقق من صحة بعض الأخـــبار ، ونشر المعلومات التى ترد كما هى ، والميل إلى التجهيل للمعلومات ، ومن ثم فإن الإضافة لهذه الوسائل هو نشر المعلومات غير الموثقة، وتفكيك الحقيقة ، بعرض كم من التفاصيل بما يبعد المتلقى عن المعرفة الحقيقية.

توصـــيات :

★ تـــتعدد المداخل للتعامل مع المواقع الإلكترونية ، فهى من جانب وسيط اتصالى جديد ، كما أنها تضم بين طياتها وسائل الاتصال التقليدية ، بالإضافة إلى ما تضيفه من إمكانات تفاعلية جديدة ، وفى الوقـــت نفســـه تنوعها ووصولها إلى قطاعات عريضة من المتلقى بما يفرض علينا البحث عن توصيف اتصالى لهذا النوع من الاتصال وتأثيره على مجتمعاتنا ، والبحث عن أطر منهجية جديدة للبحـــث وكـــذا للتحلـــيل مع ملاحظة ضرورة الخروج من الأشكال التقليدية ، التى تعتمد على الاستبيانات وقطاعات من المتلقى دون إضافة جوهرية للمجال العلمى.

★ تأكيد ضرورة وضع ضوابط لإقامة مواقع إلكترونية ، والنص على تحديد جهة الإصدار، ومصادر التمويل ، والالتزام بأخلاقيات النشر مثل عدم التجهيل للمصادر.

المراجـع

المراجع العربية :

(*) يشير مرجع آخر إلى أن أول صحيفة إلكترونية كانت فى السويد ، وهى "هيلز بتوبورج دجبلاد".

سعيد الغريب : **الصحيفة الإلكترونية والورقية** ، دراســة مقارنة فى المفهوم والسمات الأساســية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (١٣) ، أكتوبر ، ٢٠٠١.

(*) زاد عدد الصحف اليومية الأمريكية التى أنشـأت مواقع لها من٦٠ صحيفة فى عام ١٩٩٤ ، إلى ١١٥ صحيفة فى عام ١٩٩٥.

George Garneau : The web : next ster Interactive agenda, Eidter & Publisher, Feb – 17, 1996

٥-١- نجـوى عـبد السلام فهمى : **تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع والمستقبل** ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الرابع ، أكتوبر ١٩٩٨.

٥-٢- رامـى شـريم : **الإعلام الإلكترونى العربى** – مقارنة نقدية ، المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، (تونس : معهد الصحافة وعلوم الأخبار) ، يناير – ديسمبر ٢٠٠١.

٥-٣- نـوال الصـفتى : **مفهوم الصحافة الدولة وبنيتها على الإنترنت** ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد ٩ أكتوبر ٢٠٠٠.

٥-٤- سعيد الغريب : **الصحيفة الإلكترونية والورقية** ، دراسة مقارنة فى المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث عشر ، أكتوبر ٢٠٠١.

٥-٥- نجوى عبد السلام فهمى : **التفاعلية فى المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت** ، دراسة تحليلية ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، المجلد الثانى ، العدد الرابع ، أكتوبر ٢٠٠١.

٥-٦- جمـال محمد غيطاس : **مدخل إلى الصحافة الإلكترونية** ، المؤتمر الرابع للصحفيين المصريين ، فبراير ٢٠٠٤ ، الدراسات الإعلامية عدد ١١٤ ، مارس ٢٠٠٤.

٥-٧- هشام جعفر : **الصحافة الإلكترونية فى مصر ، الواقع والتحديات** ، المؤتمر الرابع للصحفيين المصريين ، فبراير ٢٠٠٤ ، الدراسات الإعلامية ، مارس ٢٠٠٤.

٨- **وهذه الدراسات وفقاً للترتيب الزمنى :**

٨-١- السـيد بخيت : **استخدام الإنترنت فى تطوير المهارات الصحفية** ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثانى ، ١٩٩٧.

٨-٢- سامى عبد الرؤف طايع : **استخدام شبكات المعلومات الإنترنت فى الحملات الإعلامية** ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثانى ، أكتوبر ١٩٩٧.

٨-٣- إيناس أبو يوسف : **استخدام الصحفيين لشبكة المعلومات الإنترنت كمصدر من مصادر المعلومات** ، مجلة كلية الآداب (جامعة المنيا) ، العدد العشرون ، إبريل ١٩٩٨.

٨-٤- نجوى عبد السلام : أنماط ودوافع استخدام الشـــباب المصرى لشبكة الإنترنت ، مؤتمر الإعلام وقضايا الشباب ، مايو ١٩٩٨ ، (القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٨)

٨-٩- الســـيد بخيت : تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية فى الصحافة العربية ، المؤتمر الخامس "تكنولوجيا الاتصال الإعلامى الواقع والمستقبل ، القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٩.

٨-١٠- محمـــد ســـعد إبراهـــيم : استخدامات الصحافة المصرية للإنترنت ومدى انعكاسها على الأداء الصحفى ، المؤتمر الخامس ، تكنولوجيا الاتصال الإعلامى الواقع والمستقبل ، القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٩.

٨-١١- السيد بخيت : استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية فى مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن ، يوليو ٢٠٠٠.

٨-١٢- ـــــــــــــ : الاســـتخدامات المتخصصة لدى أساتذة الاتصال الجماهيرى ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، عدد (٩) ، أكتوبر ٢٠٠٠.

٨-١٣- سامى عبد الرؤوف طايع : استخدام الإنترنت فى العالم العربى ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربى ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام العدد الرابع ، أكتوبر ٢٠٠٠.

المراجع الأجنبية :

9- http://www.indian.edu.

10- Janes, M.G. (1981) : Telecommunications technologies : New Approaches to consumer information.
The Information Society (T.I.S.)
Vol (1) No (1) p.p. 31-52.

11- http://www. Mindspring.com

12- Noam, Eli, M (1986) : The public telecommunications network, A concept in Transition, **Journal of Communication** vol (30) No (2).

- Raw, J. C (1992) : Multimedia Technology as Catalyst for new form of Literacy, **(The Information society),** Vol (8) No (2) P.P 82-90.
- Taeg, B. R. & Wiliams, R. (2000) : Europe Experiments with Multimedia : an overview of social experiment and trial **(The Information society)** Vol. (10) No. (4) p.p. 277-301.
- 4 Flolfi, Francesco & Sussman. Gerald (2001) Telecommunications and Transationalism, the polarization of social space, **(The Information Society).** Vol. (17) No. (1). p.p. 49-62.

13- Dyson, E, Gilder G, Keyworth G & Toffler, A (1996) : Cyperspace and the American Dream, Amagna Carta for knowledge age, **TIS** vol. (12) No. (3) p.p. 295-308.

- Rowe, John Carlos (1996) : Cyber cowboys on the new frontier freedom, nationalism, and imperialism in post Modern Era, **(The Information Society)** vol. (12) No. (3) p.p. 309-314.
- Gillet, S. E. (2000) : Universal Service : Defining the policy Gool in the age of the internet. **(The Information Society)**, vol. (16) No. (2) pp. 147-150.
- Lacas, I D & Baum, H. N. (2000) Shaping the web, why the politics of search engines matter; **(The Information Society)**. Vol. (16) No.(3).
- Choi, Junho, H & Danowsk, James (2002) Making global community on the net, Global village or Global Metropolis ? A Network Analysis of use net News grops, **Journal of Computer Mediated Communication** vol (7) No (3) April 2002.

  From : http://www.ascusa.org.jcmc./
- Soraj, H.R (2002) the web of time and the Dilemma of Globalization. **The Information Society**, vol. (18) No. (4).
- Haythorn W. C. (2002) : Strong weak and Latenties and the impact of newmedia, **(The Information Society)**, vol. (18) No. (5) pp.385-401.
- Golumbia, David : Hypercopital, Project Muse Scholary Journal on line.

  From : http://www.Mindspring.com/golumbi/docs.

14- Brown, Dorg (2003), Searching for on-Line gold, American Journalism Review, June,

From : http ://www.Ajr-org/Article

- Schiller, Dan (2002) ; نص العربية الاتصال قطاع صناعى مثل غيره

  From : http://www.Mondiplaar.Com/maio2/articles/shiller.htm.

15- Ferguson, D & Perse, E (2000) The world wide web as a Functional Alternative to television, **Journal of Broadcasting and Electronic Media.** Vol. (44) No (2) pp. 155-175.

- Anderson, H (1996) : Cyperspace as Journalism tool, Editor and Publisher, Feb. (17).
- Thomas, Kaye, Barbara (1998) Cruising is Believing ?

- Johnson - Kaye : Internet and Traditional Sources on Media Credibility Messages, **Journalism and mass communication quarterly** vol. (75) No. (2). pp. 325-337.

١٦- إبراد كاليفيد : صناعة الأخبار فى عصر رقمى (بالعربية)

From:http://F3F3,com/67/or/ imetphp/

- Foner, L. : Community, interactivity, Anonymity and Media Theory. From:http://ics.www.Media.mit.edu/people/Foner.
- Teich. All, Mark, S.F. Rob Kiling & Ya-Ching Lee (1999) Anonymous communication policies on the internet, results and recommendations, **AAAS conference, The formation society** vol. 15, No 2, pp. 71-77 (Full Text).

17- Daniel Bougno .. See :

Trabelsi, Anouar (2001) Des premieres, Prostheses technique a la convergence interactive d'internt la technophobia revivee et la technophobia revivee et la technophilie revisitee. **Revue tunisienne de communication.** No. 37/38, pp. 55-71.

* نشكر الباحث : سعيد اللاوندى فى الأهرام لمساعدته فى معرفة ترجمة الدراسة السابقة.

18- Erickson, T (1996) : The world wide web as a social Hypertext.

- Tall, S & Monomen - Altonen M.
- Computer - Mediated communication in Enhancing communicative Dialogues on the web.
  http://www.helsinki.if/tell/Toronto,html
- Farmer, Frandall, Star, C. M., & Ford, D. C.,: From Habitat to Global Super Space,
  From : http://www.usyd.edu,au/su/social/paper/farmer1.html.
- Breen, Marcus (1998) : Moving to jelly beans, public interest, theory for the internet **Electronic Journal of Communication** vol. (8) No.(2).
- Walther, J. B. (1996) computer - mediated communication, impersonal interpersonal and hyper personal interaction, **Communication Research.** vol. (23) No (1) pp. 3-43.
- Ogan, Christine & Morris, M (1996) The internet as a mass media, **Journal of Communication,** vol. (46) No. (1) pp. 39-60.

- Dahlberg, L (2004) : Internet Research Tracings Towards non-reductionist methodology. **Journal of Computer mediated.** http://www.ascusc.org/jcmc/volg/issue.
- Sandbothe, W (2000) : Interactivity - Hypertectuality - Transversality a Media - Philosophical Analysis of internet **Hermes, journal of Linguistics,** vol. (24) February.
  www.aber.uk.edu./sandbothe.net/onlinetext.

  * سوزان القليني : الصحافة الإلكترونية المصرية في عصر المعلومات (القاهرة : عين شمس، ٢٠٠٠).

19- Li, Xigen, (1998) : web page design and Graphic use of the three u.s. newspaper, **Journalism & Mass communication quarterly,** vol. (75) no (2).
Li, xigen (2002) web page design affects retrieval efficiency, newspaper research journal, vol. (23) no. (1) winter.

20- Arant, D & Anderson Janna : Newspaper On-Line Editors support traditional standards, (2001) Newspaper Research Journal, vol,22. No.4 pp.57-69.

21- Fidler R. (2004) : Theoretical analysis of virtual press, from : Ajmer - com/file://cunzipped/new/20folder%20(2)theoretical.

22- Endres, Kathleen & Caplan, Richard (1997) the Magazine in Cyberspace. A "Site" to be Zine, etc. vol.7. no. (2).
From : http://www.cios.org/www/ejc/v7n297htm.

23- De Faria, Jose Neto (2002) : Mutation Magazine. The media out of medium.
Paper for the 23rd conference and general assembly IMCR, media production analyses working group. Barcelona. 21-26 July 2002.

24- Bartlett, David.
The soul of a news Machine : Electronic Journalism in the Twenty-First Century.

25- De Faria, : op.cit.
From://c:/document,ww.aber.ac.uk.edu/media.news.Waisbord (1997) : What the (online) new ? Digital dailes inltin America ejc, ob.cit.

26- Dahlberg, L : (April 2004) Internet research tracings : Towards non-reductionist methodology, **jcms,** vol.8, no.3.
From:http://www.ascusc.org.

27- Kress, Gunther & Leeuwen, Theovan (2001) **Multimodal Discourse, The modes and media of contemporary communication.** (London : Arnold) p.20.

28- Brill, Ann M. (1997) : Why new journalism : How the pioneer are doing ejc. op.cit.
** Electronic Journal of communication (scjc) vol. (75) no (2) (3) www.Cios.org.

٢٩- رامـــى شـــريم : الإعـــلام الإلكـــتروني العربي : مقارنة نظرية : المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد ٣٧/٣٨ يناير/ديسمبر ٢٠٠١ ، ص٤٥-٤٦.

٣٠- المرجع السابق ، ص٤٧.

٣١- المرجع السابق ، ص٥٥.

٣٢- نجوى عبد السلام / حرية الصحافة ، مرجع سبق ذكره ، ص٢١٨.

٣٣- للدخول على مواقع الإذاعات العربية والفضائيات www.F3.F3.com

٣٤- جمال غيطاس : مرجع سبق ذكره ، ص٢٢٤.

35- http://www.aawsat.com/view. الشرق الأوسط
http://www.aharam.exg..eg.
http://www.almustaqabal.com/default.aspx. المستقبل

٣٦- قناة المستقبل : http://www,fytyre, وللمواقع العربية Raddedi.com
يمكن الدخول فيه على المواقع التليفزيونية.

http://www.aljazeera.net/

٣٧- شبكة المعلومات العربية محيط http://arab.moheet.com
http://www.alqanant.com/news/ القناة
http://www.elaph.com. إيلاف
http://www.nilesat.com.eg/default.htm.

٣٨- جمال غيطاس : مرجع سبق ذكره.

٣٩- رامى شريم : مرجع سبق ذكره.

٤٠- فضيل دليو : العولمة وإشكالية حياد تكنولوجيا الاتصال الدولى ، المجلة التونسية (مرجع سبق ذكره ، ص٣١).

41- Teich, Mark, Ya - Ching lee : op-cit.

جدول (١) : استخدام الوسائط المتعددة .

الوسائط المتعددة / المواقع الإلكترونية	صوت	صورة عمل برامج	موقع ثابت		مواقع متحركة			خبر + صورة + نص	الترتيب
			نص ثابت	عنوان ثابت	عناوين متحركة	صور متحركة	أخبار متحركة		
الشرق الأوسط	√	–	√	√	√	√	√	√	٣
الأهرام	√	–	–	√	–	–	–	×	٤
المستقبل	√	–	–	√	–	–	–	√	٤
الجزيرة	√	√	√	√	√	√	√	√	١
اقرأ	–	–	√	–	–	–	–	–	٥
T.V. المستقبل	–	–	–	–	–	–	–	–	٥
محيط	√	–	√	√	√	–	√	√	٢
القناة	√	–	√	√	√	√	√	√	٢
إيلاف	√	–	√	√	√	√	√	√	٢

المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية دراســة تحليلية مقارنة

د. آمال سعد المتولى

جـــاءت التطورات التكنولوجية فى مجال الإعلام ، وخاصة الإعلام الإلكترونى بمخرجات اتصالية جديدة ، تعتمد على الوسائط المتعددة فى تقديم الرسالة الاتصالية .

وإذا كان « **مارشال ماكلوهان** » أكد فى استعراضه لسمات عصر الدوائر الإلكترونية أن الأنماط الاتصـــالية تشـــكل شكل الحضارة ، ولم يقف كثيرًا عند المضمون قدر وقوفه على تكنولوجيا وسائل الإعـــلام .. فـــإن البوابات الإلكترونية للمعـــلومات تشكل ملمح عصـــر اتصالى جديد فى القـــرن الواحد والعشرين Twenty - First Century ، يفرض علينا معـــرفة وتوصيف الطبيعة الاتصـــالية لهذه البوابات .

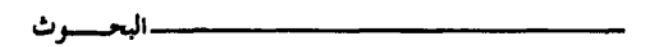
وإذا كان التـــاريخ الحديث يرصـــد أن احتكار المعـــرفة بدأ مع عصر المطبوع ، فإن البـــوابات الإلكترونية نقلتنا إلى عصـــر المعلومات بلا حـــدود Information Super high way – بتعـــبير «David Bartlett» وكذا انعدام الرقابة والسيطرة على المعلومات .

مشكلة البحث :

لما كانت الفضائيات التليفزيونية بما تعتمد عليه من إمكانات نقل الحديث والصورة والصوت إلى غـــيره ، فما طبيعة المواقع الإلكترونية لهذه الفضائيات ؟ وهل تختلف حتمًا عن الصحف الإلكترونية ، والمواقع الإخبارية على الإنترنت ؟

مـــا عناصر التميز لمواقع الفضائيات عن غيرها ، وما الطبيعة الاتصالية للمضمون عبر هذه المواقع عن غيرها من وسائل الاتصال ، وهل هناك اختلاف تختص به عن غيرها من المواقع على الإنترنت .

– ما طبيعة حارس البوابة على ضوء هذا الوسيط الاتصالى الجديد ؟



Abstract

Website, And Electronic Journalism Comparative Analytical Study

The theme of this paper is to study the theoretical bases for the phenomenon of Electronic communication, the nature of message and a description of the communicator as well as gatekeeper.

The study shed light on the dissipation of the phenomenon of usage of the websites on a board scale.

صورة المرأة كما تعكسها الدراما فى الفضائيات العربية وأثرها على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعى
دراسة تحليلية ميدانية مقارنة

د. أشرف جلال حسن(*)

المقدمة :

تعد قضايا المرأة من أهم القضايا بروزاً على الساحة الإعلامية ، نظراً لما تشهده المرأة من اهتمامات متزايدة، على عدة مستويات محلية وإقليمية ودولية. ولذا ، أصبح التناول الإعلامى الصحيح لهذه القضايا من أهم الأولويات التى ينبغى أن تضطلع بها وسائل الإعلام العربية ، فى مختلف الأشكال والمضامين .

وهناك تساؤل مهم يطرح نفسه : هل واكب هذا الاهتمام اهتمامًا مماثلاً من جانب كُتاب ومؤلفى الدراما بصورة المرأة ؟ خاصة إذا ما وضعنا فى الاعتبار أن الدراما من أهم المضامين التى تحظى بمشاهدة عالية . ولذلك ، تلعب دوراً أكبر فى تشكيل إدراك الجمهور لصورة المرأة أكثر من المضامين الأخرى ، بحكم ما يتوافر للدراما من عوامل جذب على مستوى الشكل والمضمون .

ونظراً لقدرة وسائل الإعلام – وخاصة الدراما التليفزيونية – على لفت أنظار الجمهور للمضامين الإعلامية ، فأحياناً تلجأ إلى تعمد الإثارة أو المبالغة فيما تقدمه من مضامين عن بعض الفئات ومن بينها المرأة ؛ ولذا فالصورة التى يقدم بها التليفزيون – المرأة قد تؤثر بشكل أو بآخر على إدراك الجمهور لواقع المرأة .

وإذا كانت الدراما تحظى بأهمية عالية فى المنطقة العربية ، فهى تتمتع بأهمية متزايدة بحكم ارتفاع معدلات مشاهدتها من ناحية ، وحرص التليفزيونات العربية على تقديمها فى فترات حية من ناحية أخرى ، فأفضل الأوقات المخصصة للدراما سواء الأفلام أم المسلسلات أو تمثيليات السهرة .

(*) مدرس بقسم الإذاعة ، كلية الإعلام – جامعة القاهرة .

وربما كان فى الماضى هناك تصور بأن الدراما مصرية فقط ، وتصدر لبقية الدول العربية ، ولكن بعـــد ظهور القنوات الفضائية زادت مساحة الفترات الدرامية والأعمال المقدمة عبرها ، حتى ظهرت قـــنوات مخصصة للدراما فقط مثل إيه ار تى الأفلام ١ ، ٢ أوربت ١ ، ٢ والشاشة والحكايات والنيل للدراما العربية ، كما ظهرت قنوات أخرى مخصصة فقط للدراما الأجنبية مثل : إم بى سى تو وغيرها .

وقـــد ساعد هذا الانتشار للقنوات الفضائية ، على إنتاج التليفزيونات العربية لعديد من الاعمال الدرامية بحكم ما توافر لها من خبرة وانتشار ، ففى رمضان ١٤٢٤هـــ ، أذيع أكثر من ١٤ مسلسلاً عربيًّا غير مصرى على الشاشات العربية منها : الحجالة ويوم آخر ، وبنات كريكوس وغيرها .

وبالطبع كانت المرأة قاسماً مشتركاً فى هذه الأعمال الدرامية المقدمة من خلال نماذج بشرية مختلفة، كما قدمت أفلاماً عربية غير مصرية . والسؤال : هل نجحت هذه الدراما فى تقديم واقع المرأة العربية ؟ أم أن الرغـــبة فى الإثـــارة والشهرة والجماهيرية ضغطت لوجود صورة مبالغ فيها ومغايرة لواقع المرأة العربـــية ؟ وما أثر ذلك فى إدراك الجمهور لواقع أو صورة المرأة العربية كأحد إفرازات عصر القنوات الفضائية ؟

وتـــتزايد أهمية طرح هذا السؤال ، بعد أن أثبتت الدراسات الإعلامية سلبية وتدنى ملامح صورة المرأة ، ســـواء فى الصحف والمجلات العربية (١) أو فى المواد الإذاعـــية والتليفزيونية (٢) أو المسلسلات العربية (٣) أو فى برامج المرأة (٤) أو فى إعلانات التليفزيون (٥) أو الأغانى (٦) أو الإعلام العـــربى بوجه عام (٧) أو فى الأفلام والمسلسلات التى يقدمها التليفزيون (٨) .

مشكلة الدراسة وأهميتها :

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن سؤال أساسى : ما صورة المرأة المقدمة عبر الفضائيات العربية ؟ ومـــا الحـــدود والمظاهر والتوجهات التى تحكم هذا التعبير؟ وما انعكاسات هذا التوجه فيما تقدمه من أفكار ومضامين على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعى للمرأة؟

وتأتى أهمية هذه الدراسة فى ضوء ما يلى :

١- تحـــتل الدراما العربية مساحة كبيرة فى الخرائط البرامجية ، لأغلب القنوات العربية بصورة تكاد تكون ثابتة .

٢- ظهور عديد من القنوات العربية المتخصصة فى مجال الدراما ، فضلا عن وجود الدراما فى القنوات العربية عامة ؛ مما يعكس أهمية الدراما فى هذه القنوات .

٣- تتمتع الدراما العربية بفرص مشاهدة عالية من جانب عديد من الفئات ؛ نظرا لجاذبيتها وظروف التعرض لها.

٤- تعدد فرص تقديم وإذاعة الدراما ، سواء فى قنوات عامة أم متخصصة من خلال إذاعتها كأفلام أو مسلسلات مستقلة أم داخل عديد من البرامج.

٥- يعتمد عدد كبير من أفراد الجمهور على الدراما فى تكوين الصور والإدراكات المختلفة للعديد من الفئات والموضوعات.

٦- أصبح تقديم الأعمال الدرامية المتميزة الجديدة إحدى أدوات التنافس الشديد ، الذى تشهده القنوات العربية وخاصة الفضائية منها

٧- الدراما العربية بحكم ما يتوافر لها من تعدد فرص العرض والجذب ، يمكن أن تكون اداة فعالة فى تناول عديد من القضايا والموضوعات التى تهم المرأة ، وتنعكس فى الوقت نفسه على إدراك الجمهور لها .

هدف الدراسة :

يتمثل الهدف الأساسى لهذه الدراسة فى البحث ، عن أفضل الوسائل والسبل لتفعيل دور الدراما فى التعبير عن المرأة العربية ، من خلال تعرف ما تقدمه هذه الدراما من أفكار وقيم ومضامين ، تؤثر على صورة المرأة .

وتحديداً : يتم تحقيق الهدف السابق من خلال تغطية مجموعة من الأبعاد ، وهى :

- تعرف صورة المرأة العربية فى الدراما المقدمة شكلا ومضمونا (من الناحية الكمية والكيفية).
- تحديد طبيعة وحدود تعبير الدراما العربية عن المرأة العربية.
- قياس أثر ما تقدمه الدراما العربية على قيم وأفكار وتوجهات ، وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى للمرأة العربية .
- الوصول إلى أهم المقترحات للتعبير عن صورة المرأة، بما يعكس مكانتها التى تليق بها.
- ترشيد استخدام الدراما على القنوات الفضائية العربية وخاصة غير المتخصصة.

الدراسات السابقة :

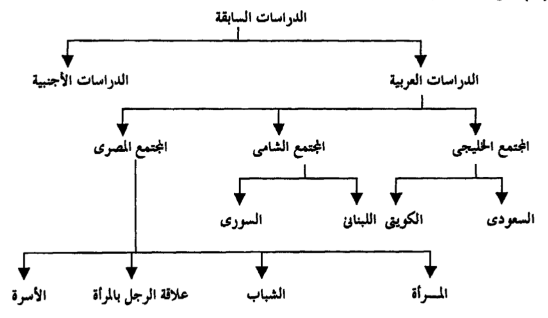
تناول عدد كبير من الدراسات موضوع صورة المرأة فى المضامين الإعلامية المختلفة، وخاصة : الإعلانات والدراما ، ليس فقط على مستوى المجتمعات العربية ، بل حتى على مستوى المجتمعات

الغربية . كما قدم عدد من الدراسات الأخرى نتائج مهمة حول الغرس الثقافى وأثره على فئات مختلفة كالأطفال والشباب والمرأة والجمهورالعام .

وحيث إن الدراسة تتناول الدراما العربية فى المجتمع العربى ، فقد يكون من المفيد تقسيمها حسب المجـتمعات التى تناولتها ، سواء كانت مصرية أم خليجية أم لبنانية وسورية (شامية) ، وكذلك من المهـم أيضـاً قـياس كيفية حدوث عمليات الغرس من خلال الدراما عبر فئات متنوعة من الجماهير كالشباب والجمهور العام . ولذلك ، سوف يتم تقسيم الدراسات السابقة حسب أهم المتغيرات التى تم قياسها كما يلى :

(أ) الدراسات العربية .

(ب) الدراسات الأجنبية .



أولاً ـ الدراسات فى المجتمع المصرى :

(أ) دراسات تناولت صورة المرأة فى الدراما :

١- دراسة "محمود يوسف" [٩] :

تعرضـت هذه الدراسة لصورة المرأة فى الأفلام السينمائية التى يقدمها التليفزيون ، حيث حاولت الدراسـة تعـرف طبيعة الصور التى تقدمها الأفلام السينمائية التى يعرضها التليفزيون للمرأة المصرية وملامحهـا الإيجابية والسلبية ، بتحليل مضمون عينة عمدية من الأفلام المنتجة فى فترة التسعينات. وقد

أســـفرت الدراســـة عن عدة نتائج ، منها : تركيز الأفلام على تصوير المرأة التى تقيم بالمدن وتنتمى لمســـتويات اقتصـــادية مـــرتفعة جدا ، أو تعمـــل كربة منـــزل ، أو تعمل بمهن تقليدية كسكرتيرة والممرضـــة والراقصة .

٢- دراسة "منى الحديدى"[١٠] :

قامت الباحثة بتحليـــل ٤١٠ أفلام تمثل الفترة من عام ١٩٦٢ حتى ١٩٧٢ ، وظهر بهذه الأفلام ٤٦٠ شخصية نسائية أغلبها قدم بصورة سلبية .

وقد أبرزت النتائج ما يلى :

١- عدم التوازن فى تقديم المرأة الريفية مقارنة بالمرأة الحضرية .

٢- المرأة تقدم بصورة مشوهة وأدوار متدنية .

٣- المرأة تقدم فى الأفلام كمثير جنسى ، كما تقدم كعاهرة أو متسولة .

٤- المضمون الإيجابى الذى ظهرت به المرأة لا يتناسب كمًّا أو كيفاً مع المضمون السلبى .

٥- بعـــض الأفلام احتوت على أكثر من نموذج للمرأة، وكل هذه النماذج تقريباً يقدمها فى شكل سلبى .

ثانيًا ـ دراسات تناولت المرأة فى علاقتها بالرجل :

١- دراسة "منى حلمى" [١١]:

تأتى الدراسة بعنوان " التعرض للدراما المصرية فى التليفزيون ، وإدراك الشباب المصرى للعلاقة بين الجنســـين " ويـــدور موضـــوعها حول معرفة ما إذا كانت الدراما التليفزيونية تسهم بدور فى إدراك المشـــاهدين للواقع الاجتماعى للعلاقة بين الجنسين ، بما يتشابه مع ما يعرضه التليفزيون فى ضوء نظرية الغرس الثقافى.

واستخدمت الباحثة مدخل الغرس الثقافى ، والذى يعتمد على خطوتين : الأولى تتمثل فى تحليل منـــتظم لمحتوى التليفزيون لتحديد الأفكار والقيم والشخصيات وسياق المعالجة التليفزيونية والدروس لموضـــوع الدراسة . والثانية هى قياس إدراكات الجمهور لخصائص التليفزيون ، مع استخدام استمارة تحليل للمواد الدرامية وصحيفة مقابلة كأداة لجمع البيانات .

وقـــد توصلت الباحثة إلى عدة نتائج ، أهمها : أن العلاقة بين الزوج والزوجة هى أكثر العلاقات بـــين الجنسين ظهوراً فى الأعمال الدرامية ، وإن اختلفت صورة هذه العلاقة عن صورة " سى السيد " سابقًا ، فأصبحت العلاقة قائمة على المودة والحب والعطف والتسامح والمشاركة والتفاهم والتعاون .

وكانـــت أقل العلاقات ظهورًا بين الذكر والأنثى هى علاقة الأخ والاخت ، كما أن المرأة تلعب أدوارًا اجتماعية مختلفة فى الدراما غير أن أغلبها ركزت على دور المرأة النمطى والتقليدى كربة منـــزل وأم أو ســـكرتيرة ، كما اختفت صورة المرأة الضعيفة التابعة للرجل عديمة الشخصية ، وظهرت المرأة القويـــة المتســـلطة أحيانا ذات الشخصية الصلبة التى يحترم كلامها وتقدر آراؤها ، كما ظهرت المرأة الطموحة المتطلعة ، وإن كان تطلعها قد يظهر دون احترام للمثل والتقاليد. وانتهت الباحثة إلى أن هناك علاقـــة ارتـــباط ذات دلالة بين كثافة التعرض للدراما التليفزيونية المصرية ، وإدراك الشباب المصرى للعلاقة بين الذكر والأنثى.

٢ – دراسة مايسة السيد طاهر جميل [١٢] :

جاءت الدراسة بعنوان : صورة العنف فى العلاقة بين الرجل والمرأة كما تقدمها الدراما العربية فى التليفزيون المصرى ، وكان هدف هذه الدراسة هو تعرف صورة العنف فى العلاقة بين الرجل والمرأة من حيث شكل هذا العنف وأطرافه وأسبابه ونتائجه وعقاب مرتكبيه والسمات الشخصية والنفسية لمرتكبه وضـــحاياه ، كما تقدمها الدراما العربية فى التليفزيون المصرى باختلاف أشكالها – كما تهتم بتعرف العلاقة بين كل من الخبرات العنيفة فى حياة الأفراد والمتغيرات الديمقراطية ، واتجاهات الأفراد نحو العنف فى العلاقة بين الرجل والمرأة فى الواقع الاجتماعى .

وتمثلت أهم النتائج فيما يلى :

١– بلغ عدد مشاهد العنف فى العلاقة بين الرجل والمرأة بالدراما العربية (٥١١) مشهدا بمتوسط أربعة مشـــاهد عنف فى الساعة تقريبا ، وجاء متوسطهم بالأفلام خمسة مشاهد عنف فى الساعة ، بينما بلغ متوسطهم فى التمثيليات والمسلسلات ٣ مشاهد فى الساعة لكل منهما .

٢– احتل شـــكل العنف اللفظى فى العلاقة بين الرجـــل والمرأة فى الدراما العربية المرتبـــة الأولى من إجمالى أشـــكال العنف بنسبة ٥٩,٨٨% يليه العنف المادى بنســـبة ٢١,١٤% ، ثم الاثنان معًـــا بنسبة ١٨,٩٨%.

٣- دراسة "عادل فهمى" [١٣]:

استهدفت هذه الدراسة تعرف العلاقة بين اتجاهات وآراء المتزوجين حول ظاهرة العنف الأسرى فى الأسرة المصرية، والتعرض للدراما التليفزيونية .

وأشـــارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدلات التعرض للدراما ، وأن الدراما الاجتماعية والدينية تميل إلى معالجة أوضاع الأسرة بشكل متعمق ؛ مما يساعد على تعميق وترسيخ الاتجاهات حول ظاهرة العنف بما يتفق مع ما تعرضه الدراما التليفزيونية.

ثالثاً ـ دراسات تناولت الغرس لدى الشباب :

١- دراسة عبد الرحيم درويش [١٤]:

تســعى هــذه الدراسة إلى تعرف القضايا والمشكلات الاجتماعية التى تعالجها الأفلام السينمائية المصـــرية التى يقدمها التليفزيون المصرى ، كما تسعى إلى معرفة تأثير كيفية تناول هذه المشكلات فى الأفلام على الشباب .

وفى هذا الإطار ، تسعى الدراسة أيضا إلى تعرف سمات مضمون مهم يثير الجدل ، وهو المضمون الجنسى بالأفلام السينمائية ، ويتم هذا عن طريق تحليل مضمون عينة من الأفلام التى يعرضها التليفزيون المصرى واستقصاء يوزع على عينة من جمهور الشباب الذى يتعرض لهذه الأفلام. واستخدمت الدراسة منهج المسح ، وفى إطاره استخدمت أداة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء، وصاغ الباحث عدداً من الفروض ، وهى :

١ - لا توجـــد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية والاجتماعية ، وحجم مشاهدة الشباب للأفلام السينمائية المصرية التى يعرضها التليفزيون

٢ - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية والاجتماعية وإدراك الشباب لواقعية الأفلام.

٣ - توافـــر كـــل من المتغيرات الآتية : الصلة بالأفلام والنشاط قبل المشاهدة وبعدها ، والاندماج فى المشاهدة على إدراك واقعية الأفلام وغيرها من الفروض.

وتوصلت الدراسة إلى أن معظم الشباب يشاهدون الأفلام السينمائية بالتليفزيون بنسبة ٩٤,٤% وأنهم يفضلون الأفلام الأجنبية ويفضلون مشاهدتها مع الأسرة ، وأكثر نوعية أفلام يفضلونها هى الأفلام الاجتماعية ، واتجاهات الشباب نحو الأفلام السينمائية المصرية بشكل عام سلبية.

٢- دراسة "أميرة سمير طه" [١٥] :

تهدف هذه الدراسة تعرف دور مشاهدة المسلسلات العربية التليفزيونية فى إدراك الشباب لبعض المشكلات الاجتماعية ، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة بين مستوى مشاهدة الشباب للمسلسلات العربية، ومستوى مبالغتهم فى تقديرات المشكلات الاجتماعية ، كما أن هـــناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة بين مستوى مشاهدة الشباب للمسلسلات العربية ، ومستوى إدراكهم للمشكلات الاجتماعية كما تعرض من خلال هذه المسلسلات .

٣- دراسة ياسر عبد اللطيف [١٦]:

اســـتهدفت هذه الدراسة معرفة مدى وجود علاقة بين التعرض للدراما التى يقدمها التليفزيون ، ومســـتوى الـــتطلعات لدى الشباب ، من منظور الغرس الثقافى مع الأخذ فى الاعتبار بعض المتغيرات الوسيطة مثل : مدى مصداقية المضمون الدرامي.

وأجـــرى الباحث دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة ، وكان من أهم نتائج : الدراسة وجود علاقة ارتباط إيجابية بين حجم التعرض للدراما المقدمة فى التليفزيون ، ومستوى التطلعات العام ، فى حالـــة توافـــر مســـتوى اجـــتماعى واقتصادى مرتفع . ويرجع ذلك إلى المبالغة فى تصوير الواقع الاقتصـــادى للشخصـــيات الدرامية ، وبالتالى تصوير المستويات الاقتصادية المرتفعة على الإطار العام للدراما التليفزيونية .

٤- دراسة "سهير صالح إبرهيم" [١٧]:

تركـــز هذه الدراسة على محاولة تحديد تأثير العنف المقدم على شاشة التليفزيون على الشباب ، وكـــيف يمكن أن يكون العنف التليفزيونى أداة لغرس اتجاهات عدوانية لدى الشباب ، ويعلمهم طرقاً وأساليب عنيفة للتعامل فى حياتهم الواقعية .

واعـــتمدت الباحثة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب بأحياء القاهرة ، وتم تقسيم العينة طبقا لمتغيرات النوع والسن والمستوى التعليمى . وأثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط بين معدل التعرض للعـــنف فى الأفلام التى تقدم فى التليفزيون واتجاهات الشباب نحو العنف ، وكذلك بين معدل التعرض للعنف فى الأفلام ، وتفضيل الشباب للحلول العدوانية للمشكلات .

كمـــا وجـــدت الباحـــثة علاقة ارتباط بين معدل التعرض للعنف فى الأفلام ، وإدراك الواقع الاجـــتماعى المقدم فى التليفزيون ، بالإضافة إلى وجود علاقة بين كثافة التعرض للعنف فى الأفلام التى يعرضها التليفزيون والاتجاهات العدوانية لدى الشباب.

٥- دراسة "حنان عزت أحمد"[١٨]:

تــتجه هذه الدراسة إلى تعرف ماهية تأثير تعرض المراهقين (المتمثلين فى طلاب وطالبات الفصل الأول الــثانوى) للمسلسلات الاجتماعية الأمريكية ، على إدراكهم للعلاقات الاجتماعية من خلال تعــرف إدراك المــراهقين لــتلك العلاقــات ، وارتباط هذا الإدراك بعوامل أخرى ، منها : العوامل الديموجرافية والعوامل النفسية والاجتماعية وحجم وكثافة التعرض لتلك المسلسلات.

ولقــد استخدمت الباحثة منهج المسح وقامت بتطبيق الدراسة على عينة تتكون من ٢١٠ مفردة من المراهقين تم سحبها من ٣ مدارس ، وكانت أداة جمع البيانات التى استخدمتها الباحثة هى استمارة الاستقصاء عن طريق المقابلة الشخصية .

و لقد توصلت الدراسة إلى ما يلى :

- لا توجد علاقة بين حجم وكثافة التعرض والتأثر بما يقدم .
- لا توجد علاقة بين النوع والتأثر بما يقدم .
- لا توجد علاقة بين مستوى التحصيل الدراسى والتأثر بما يقدم .
- لا توجد علاقة بين اندماج المراهق مع الجماعة والتأثر بما يقدم .
- لا توجد علاقة بين نوع المشاهدة والتأثر بما يقدم .
- نموذج الغرس الثقافى لا يصح تعميمه على كل المجتمعات خارج الولايات المتحدة الأمريكية ، فالتأثير يخــتلف تبعا للنظام الإعلامى لكل بلد والثقافة والعادات والتقاليد والقيم الاجتماعية والدينية لكل مجتمع .

٦- دراسة "حسن عماد مكاوى" [١٩] :

اهتمت هذه الدراسة بتعرف كيفية قيام التليفزيون المصرى بعكس الواقع الاجتماعى لمشاهديه من شباب الجامعات، ومدى مساهمته فى خلق واقع جديد، وهو : عالم التليفزيون الذى يختلف بدوره عن العــالم الحقــيقى . واستندت الدراسة إلى نظرية الغرس الثقافى فى تطوير فروضها ، والتى أطلق عليها الباحث " الإنماء التليفزيونى" واستخدمت الدراسة عينة من ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات المصرية تمثل الذكور والإناث بالتساوى .

ومــن أهــم نتائج الدراسة : إثبات وجود علاقة ارتباط إيجابية بين كثافة التعرض للتليفزيون ، واستخدام وسائل الإعلام للحصول على المعلومات وشدة الدوافع النفعية ، وإدراك الواقع من التليفزيون خاصة بين الإناث .

رابعاً – دراسات تناولت الغرس لدى الأسرة :

١– دراسة "عزة عبد العظيم" [٢٠]:

حاولـــت هذه الدراسة اختبار العلاقة بين التعرض للدراما العربية التليفزيونية التى تتناول الأسرة المصرية ، وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى للأسرة المصرية بما يشـــابه ما يعرضه التليفزيون معتمدة على خطوتين : الأولى تحليل مضمون عينة من المسلسلات بالقناة الأولى ، والثانية تطبيق استبيان على عينة حصصية مكونة من ٤٠٠ مفردة . وقد انتهت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين كثافة مشاهدة الدراما التليفزيونية ، وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى للأسرة المصرية بما يشابه ما يقدمه التليفزيون .

٢– دراسة "بركات عبد العزيز"[٢١]:

هدفت إلى تعرف الصورة النمطية للأسرة المصرية كما تعكسها مسلسلات التليفزيون ، بالاعتماد على أسلوب تحليل المضمون لعينة من المسلسلات بالقناة الأولى عام ١٩٩٣ واستناداً إلى نظرية الغرس ، وتـــبين أن المشكلات المادية كانت أكثر المشكلات تكرارا بين أفراد الأسرة، كما كان أسلوب العنف أكثر الأساليب استخدامًا لمواجهة المشكلات.

ثانيًا ـ دراسات الغرس فى المجتمع الشامى :

(أ) المجتمع اللبنانى :

١– دراسة "بارعة حمزة شوقى" [٢٢]:

ركـــزت هـــذه الدراســـة عـــلى علاقة تعرض الشباب اللبنانى للدراما الأجنبية وإدراكه للواقع الاجـــتماعى مـــن خـــلال دراسة إدراك الشباب لقضيتى : العنف والإدمان ، وقامت الباحثة بتحليل مضـــمون عيـــنة من الأفلام والمسلسلات الأمريكية والمكسيكية والبريطانية المذاعة فى تليفزيون لبنان الحكومى ، وتليفزيون المؤسسة اللبنانية للإرسال وتليفزيون المستقبل والتى تعرض وقت ذروة المشاهدة لتعرف معدل ظهور العنف والإدمان فى الدراما . واستخدمت الباحثة دراسة مسحية على عينة (٤٠٠ مفـــردة) من الشباب اللبنانيين فى كل من المحافظات اللبنانية ، وتوصلت الباحثة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للدراما الأجنبية فى التليفزيون ، وإدراك الواقع الاجتماعى لكل من العنف والإدمان كما ثبت وجود علاقة بين التعرض للدراما الأجنبية والمستوى الاجتماعى الاقتصادى وإدراك الواقع الاجتماعى فيما يتعلق بقضية العنف ، بينما لم تثبت هذه العلاقة عندما تم ربطها بقضية الإدمان.

(ب) المجتمع السورى :

١- دراسة "كمال بديع الحاج" [٢٣]:

اســـتهدفت هـــذه الدراســـة تعرف مدى تأثير المواد الأجنبية بالمواد التليفزيونية المحلية ، كقالب ومضمون وقيم فى التليفزيون المصرى والسورى ، ومدى تأثر أداء القائم بالاتصال المحلى بالمواد الأجنبية المســـتوردة ورؤيته لمسألة التدفق والعولمة ، وتعرف مدى التأهيل الذى يحصل عليه القائم بالاتصال فى التليفزيون المصرى والسورى ، لزيادة كفاءته واستقلاليته وفاعليته فى ظل العولمة .

ولقـــد استخدم الباحث المنهج المسحى بنوعيه : الوصفى والتحليلى ، حيث قام الباحث بتحليل محتوى البرامج الثقافية على مدى دورة إذاعية كاملة مدتها شـــهران ، أما بالنسبة للدراسة الميدانية فقد قـــام الباحث باختيار عينة من القائم بالاتصال فى البرامج الثقافية بمصر وسوريا بلغت ١٥٠ مفردة . ولقـــد أسفرت هذه الدراسة عن عدد من النتائج أهمها أن إنتاج البرامج الثقافية فى التليفزيون المصرى أكثر محاكاة للمـــواد التليفزيونية الأجنبية من إنتاج البرامج الثقافية فى التليفزيون الســـورى . كما أنه لا توجـــد فـــروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاه المبحوثين نحو المضمون الأجنبى باختلاف خصائصهم الديموجرافـــية (العمر / التعليم / المهنة / المستوى الاقتصادى والاجتماعى). وأثبتت الدراسة وجود فـــروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه القائمين بالاتصال فى كل من مصر وسورية نحو محاكاة المضمون الأجنبى .

ثالثاً - دراسات الغرس فى المجتمع الخليجى :

(أ) المجتمع السعودى :

١- دراسة "عبد اللطيف العوضى" [٢٤] :

اســـتهدفت هذه الدراسة تعرف تأثير التليفزيون السعودى على اتجاهات عينة من الشباب ، وتم اختـــيار عيـــنة مـــن طلبة الجامعة بالرياض ، وتم استخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات ، وجـــاءت أهـــم النتائج لتؤكد وجود آثار للتليفزيون ولكنها آثار محدودة ، كما ظهر وجود ارتباط عكســـى بـــين التعرض للمضمون الأجنبى وإدراك الاتجاهات الاجتماعية التى تشمل الأمن والعلاقات الشخصـــية والـــثقة بالآخرين والطموح والرضا عن الحياة . كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين التعرض للمضمون العربى والاتجاهات الاجتماعية .

وتعكـــس نتائج الدراسة السابقة مؤشرات مهمة سواء فيما يتعلق بطبيعة التأثر بالدراما العربية أم مداهـــا ، خاصـــة إذا أخذنـــا فى الاعتبار طبيعة المجتمع السعودى كمجتمع أقل انفتاحاً عن غيره من المجتمعات العربية . ولذا .. فمن المتوقع أن تكون القنوات الفضائية هى الأكثر جذباً ومشاهدة خاصة فى المضامين الدرامية .

(ب) المجتمع الكويتى :

١ - دراسة "عبد الرحمن الغلايينى" (٢٥):

ارتكـــزت هذه الدراسة على موضوع المسلسلات المستوردة المقدمة بالتليفزيون الكويتى ، ولهذه الدراســـة ٣ جوانب : أولها نظرى ، ويختص بالدراما المستوردة كنمط من أشكال التدفق الأجنبى فى الكويـــت . والـــثانى تحليلى ، ويختص بتحليل مضمون عينة من المسلسلات المستوردة فى التليفزيون الكويتى .. أما الثالث فهو ميدانى ، ويختص بدراسة علاقة الجمهور الكويتى ورؤيته لهذه المسلسلات . وتنـــتمى هـــذه الدراسة للدراسات الوصفية ، واستخدم الباحث المنهج المسحى فى كل من جانبيه : التحليلى والتطبيقى .

لقـــد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج ، أهمها أن نسبة قصص المسلسلات الأجنبية المؤلفة خصيصا للتليفزيون تفوق نسبة قصص المسلسلات العربية المؤلفة خصيصا للتليفزيون . وبالتالى ، فإن المسلسلات الأجنبية لها إمكانة احتوائها لمضامين قد تتعارض مع ثقافة المتلقين فى مجتمعنا لم تقصد هـــذه المسلســـلات مخاطبتهم على الإطلاق . كما احتلت مصر مكان الصدارة فى إنتاج المسلسلات العربية ، وبالنسبة للمسلسلات الأجنبية فقد احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى بين الدول الأجنبية المنتجة للمسلسلات الأجنبية .

وعـــلى مســـتوى السلوك فقد احتلت السلوكيات السلبية فى المسلسلات العربية نسبة أعلى من السلوكيات السلبية فى المسلسلات الأجنبية . أما بالنسبة للمسلسلات الأجنبية فقد جاءت السلوكيات الإيجابية فيها بنسبة أعلى من السلوكيات الإيجابية فى المسلسلات العربية . وأخيراً وجدت الدراسة أن أكـــثر مـــن ٥٢% مـــن المـــبحوثين يفضلون المسلسلات الأمريكية ، وأن أكثر من٤٣% يفضلون المسلسلات المصرية .

ثانيًا ـ الدراسات الأجنبية :

١- دراسة "دونا رونر" (٢٦):

أجريت الدراسة على ٢٦٥ طالباً جامعيًا من مشـــاهدى المسلسلات الاجتماعية Soap Operas باســـتخدام صـــحيفة الاستبيان ، وقد كشفت نتائج الدراسة أن الذين يشاهدون المسلسلات بدوافع طقوسية ، ربما يكونون أكثر عرضة للتأثير بالرسائل التى تقدمها المسلسلات.

٢- دراسة "رودنى جارفيث" (٢٧) :

اســتخدمت هــذه الدراســة صحيفة الاستقصاء على عينة مكونة من ٣١٣ طالباً جامعيًا من مشـــاهدى المسلســـلات الاجتماعـــية لقـــياس دوافع المشاهدة واتجاهاتها وسلوكها، وإدراك الغرس التليفزيونى. وعلى عكس افتراضات نظرية الغرس فقد توصل الباحث إلى حدوث غرس ،ولكن بشكل محدود ومقيد بدوافع المشاهدة النفعية، ومع كل من : مستويات المشاهدة الأعلى ، وطول فترة مشاهدة المسلسلات .

٣- دراسة "إليزابيث بيرس" (٢٨):

ركزت هذه الدراسة على موضوع المشاهدة التليفزيونية النشطة ، وعلاقتها بالغرس وتوصلت إلى أن الـــناس لا يشاهدون التليفزيون بطريقة مماثلة ، وأن التعرض الإجمالى ربما لا يكون مهمًا فى تكوين الفرد للواقع الاجتماعى .

٤- دراسة "بوتر" و "وتشانج تشين" (٢٩) :

اهتمت الدراسة باختبار استخدام مقاييس مختلفة للتعرض للتليفزيون ، بغرض تحديد أيها أكثرها فعالية للتنبؤ بحدوث الغرس الثقافى بين المراهقين ، وفى هذه الدراسة تم مقارنة التعرض الإجمالى بعدد من المقاييس الخاصة بقياس التعرض ، وهى التعرض لنوعيات محددة من البرامج والتعرض النسبى لكل نوعى مـــن البرامج على حدة ، والوزن النسبى للتعرض ، ووضع الباحثان تعريفا إجرائيا وقياسيا لكل مقياس على حدة .

وتكونت العينة من (٣٩٥) طالبًا وطالبة فى إحدى الجامعات الأمريكية وتم التحكم فى المتغيرات الديموجرافية، مثل : الدخل ، السن ، النوع ، العرف ، مستوى تعليم ، وظيفة الأب والأم . واستنتجت الدراســـة أن أفضل مقياس للتعرض التليفزيونى هو المقياس النسبى لمشاهدة نوعيات محددة من البرامج ،

وكانت أقل المقاييس المعبرة عن المشاهد التليفزيونية ، والتى يمكن أن تؤثر فى نتيجة الغرس هى المشاهدة الإجمالية للتليفزيون .

كما أشارت النتائج إلى أن الخوف من الجريمة ارتبط بنسبة التعرض للكارتون ، وارتبط الاعتقاد بـــأن السيدات يجب أن يعملن خارج المنـــزل سلبيًا بمشاهدة عروض المغامرات والرياضة والبرامج التى تتضـــمن مشاهد عنيفة ، كما ارتبط ايجابيًا الاعتقاد بضعف العلاقات الزوجية بمشاهدة المسلسلات ، بينما ارتبط سلبيًا بمشاهدة برامج المغامرات والعنف.

٥- دراسة "كانج" و "مورجان" [٣٠]:

حاولـــت هذه الدراسة أن توضح العلاقة بين التعرض لبرامج التليفزيون الأمريكية ومفاهيم الواقع الاجـــتماعى لدى عينة من طلبة الجامعة فى كوريا ، وقد استهدفت الدراسة معرفة مدى غزو أمريكا الثقافى لعقول ووجدان الكوريين عن طريق دراسة مساهمة برامج التليفزيون الأمريكية فى تراجع القيم الكورية الخاصة بدور الرجل والمرأة والآباء والأجداد والقيم الأسرية عموما .

ولقـــد أجريت هذه الدراسة على عينة مكونة من ٢٢٦ طالبًا جامعيًا ، وتم التركيز على هؤلاء الذيـــن يشاهدون ويتابعون برامج الشبكة الكورية للقوات الأمريكية المعروفة باسم AFKN التى تدار من جانب الجيش الأمريكى بكوريا ، ولا توجد عليها رقابة من قبل السلطات الكورية ، كما أن معظم بـــرامجها مستوردة من أمريكا . ولقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج ، منها أن التعرض لقـــناة AFKN ارتبط بآراء ليبرالية حول أدوار كل من الذكور والإناث والقيم الأسرية بين الإناث ، بيـــنما وجدت الدراسة أن المشاهدة الكثيفة للتليفزيون الأمريكى بين الطلبة الذكور الكوريين ارتبطت بعداء أكبر للولايات المتحدة الأمريكية ودفاع أكبر عن الثقافة الكورية . كما أوضحت نتائج الدراسة أن التلـــيفزيون الأمـــريكى قـــد يكون لـــه تأثير عكسى فى بعض الأحيان ، يتمثل فى رفض الثقافة المستوردة ورفع الإدراك والوعى بأهمية الثقافة القومية على الأقل بين طلبة الجامعة المهتمين بالسياسة .

٦- دراسة "سانكو" و "جان" وآخرون [٣١]:

اســـتهدفت هذه الدراسة تحديد أثر التعرض للدراما التليفزيونية على الانطباع العام حول الأطباء النفسيين ، وأجريت الدراسة فى المجتمع الإنجليزى على عينة قوامها ٩١١ مفردة فى المرحلة العمرية ١٢ عامًا فأكثر . وقد أكدت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يرون أن الدراما التليفزيونية وسيلة جيدة للتسلية، وأنها تعطى صورة واقعية للعاملين بالطب النفسى ، فى حين أن المبحوثين الذين لهم اتصال مباشر بمريض

نفسى يجدون أن تجسيد المرضى النفسيين فى الدراما مقبول إلى حد ما ، ولكن النتائج لم تقدم أى دليل حول فكرة أن الدراما يمكن أن تدفع المشاهد إلى شراء دواء معين .

٧- دراسة "شرام" [٣٢]:

تهـــدف هذه الدراسة إلى معرفة : هل هناك علاقة بين مشاهدة المسلسلات الاجتماعية الصباحية والـــتقديرات الخاصة بكل من معدلات الجريمة والبطالة والزواج ؟ وقد أجريت هذه الدراسة على عينة مكونة من ٥١ طالبًا جامعيًّا .

وقـــد توصلت هذه الدراسة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة هذه النوعية من المسلسلات والتقديرات الخاصة بالجريمة والزواج والبطالة، وقد أكدت هذه الدراسة أن مشاهدة برنامج معين تمثل مؤشراً جيداً للتنبؤ بالتقديرات الواقعية لمعدلات بعض الظواهر محل الدراسة.

الإطار النظرى للدراسة :

تعـــتمد الدراسة فى بنائها النظرى وتطوير فروضها على نظرية الغرس الثقافى **Cultivation** ، ويمكن تناولها كما يلى :

أولاً – جذور نظرية الغرس :

تقع نظرية الغرس الثقافى **Cultivation Theory** ضمن النموذج المعتدل الذى يتميز بالتوازن بحيث لا يفرط فى تصور قوة وسائل الإعلام ، ولا يهون من قوة هذه التكنولوجيا وآثارها الاجتماعية ، كمـــا أنـــه ينطلق من فرضية التراكم ليقيس الآثار طويلة المدى لوسائل الإعلام خارج حدود المعمل والظروف الصناعية [٣٣].

وتـــرجع الأصـــول النظرية " لنظرية الغرس الثقافى" إلى مشروعات المؤشرات الثقافية ، التى تتكون من ثلاثة عناصر/مكونات ، وهى :

١- تحلـــيل العملـــية المؤسســـية للإعلام بمعنى دراسة سياسات الاتصال فى علاقتها بمضمون الوسائل الإعلامية ، وفى هذا الإطار يمكن طرح سؤال : هل الدراما العربية الموجهة، مخططة أم لا ؟

٢- تحلـــيل محتوى الرسائل الإعلامية وتحديد الأفكار والقيم وأنماط السلوك الأكثر شيوعًا وتكرارًا فى عالم التليفزيون وخاصة المحتوى الدرامى .

٣- تحديـــد الإسهام المستقل للتليفزيون فى تكوين المشاهدين للواقع الاجتماعى ، أى غرس تصورات وقـــيم لدى المشاهدين والغرس هو المكون الثالث لهذا المشـــروع ، وهو النهاية الطبيعيـــة لثلاث مراحل : عقلية ونفسية ومعينة .

ثانيا – تعريف عملية الغرس :

إذا كانـــت الـــثقافة حســـب تعـــريف "تايلور" هى : كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات وأنماط السلوك ، فإنه يمكن تعريف الغرس على أنه "زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية، تقوم بها مصادر المعلومات والخبرات لدى من يتعرض لها وخاصة وسائل الإعلام" ، وقد أصبح مصطلح الغـــرس مـــنذ منتصف الستينات يرتبط بالنظرية التى تحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام وبخاصة التليفزيون.

والغـــرس حالة خاصة من عملية أوسع هى : التنشئة الاجتماعية على أساس أنه بقدر ما يشترك الناس فى شبكة الثقافة ، فإنهم يتحدثون معًا على أساس من الوعى الجماعى (٣٤) . وعملية الغرس هى ظاهـــرة معرفـــية تتعلق بدور التليفزيون فى إكساب الفرد قيم واتجاهات معينة ، وهى عملية تعلم غير هادف أو غير مباشر ، يكتسب الفرد من خلالها بطرق غير واعية الحقائق الديموجرافية والدروس والقيم المتضـــمنة فى عالم " التليفزيون " على مدى زمنى طويل نسبيا ، ويعبرون عن ذلك فى صورة تقديرات واستخلاصـــات[٣٥] ، وربمـــا كان ذلك أحد أهم أسباب خطورة الغرس الثقافى الذى يتم بشكل غير مباشر من جانب الفرد .

الفروض الأساسية لنظرية الغرس الثقافى [٣٦]:

تقوم نظرية الغرس الثقافى على ٥ فروض رئيسية هى :

١- أن الـــناس فى المجـــتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتمادا على مصادر غير شخصية للخبرة ، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التى تربط عناصر الوجود التى تعادل تكون الوعى المشترك أصبحت منتجًا تقدمه وسائل الاعلام .

٢- أن التلـــيفزيون يخـــتلف عن أية وسيلة أخرى وأنه مقارنة بهذه الوسائل الأخرى ينفرد التليفزيون بالاستخدام غير الانتقائى من قبل الجمهور ، وأن الناس يمتصون المعانى المتضمنة فى عالم التليفزيون بشكل غير واعٍ .

٣- ويدور حول التعرض التراكمى للتليفزيون ؛ حيث إن خلق وجهات نظر وغرس ومعتقدات لدى آخرين يرجع إلى التعرض التراكمى الثابت والمتكرر لعالم التليفزيون .

٤- يرتبط بتماثل وسائل التليفزيون حيث " يقدم التليفزيون عالما متماثلا من الرسائل الموحدة والصور المـــتكررة إلى الحد الذى يعتقد معه المشاهدون أن الواقع الاجتماعى يسير على الطريقة نفسها التى يصور بها من خلال التليفزيون .

٥- يؤكـــد وجـــود ارتباط قوى بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعى ، بحيـــث تتشـــابه إدراكات كثيفة المشاهدة ، ويظهرون إدراكات ترتبط بعالم التليفزيون أكثر من ارتباطها بالواقع الموضوعى .

كمـــا يشـــير الغرض الأساسى لنظرية الغرس الثقافى إلى أن "تميل العينة كثيفة المشاهدة إلى تبنى المعتقدات التى تعرض من خلال التليفزيون عن العالم الواقعى أكثر من عينة منخفضة المشاهدة"[٣٧] .

المتغيرات الأساسية فى بحوث الغرس الثقافي[٣٨] :

المتغير المستقل :

هو التعرض للتليفزيون ، ثم قياس التعرض للتليفزيون عن طريق السؤال المباشر عن عدد الساعات التى يقضيها المبحوث أمام الشاشة التليفزيون . ويرى "جيربنر" أن حجم المشاهدة المؤشر الأكثر ارتباطا بعملـــية الغرس ، وأن كثيفى المشاهدة يتعرضون بالسعة وليس بالبرنامج وقسم المبحوثين إلى : كثيفى المشاهدة ونادرى المشاهدة تمهيدا لتحديد أثر الاختلاف، فى التعرض على الاختلاف فى متغير "الغرس".

والمشاهدة الكثيفة ليست مفهوما كميا فقط ، وإنما هى مفهوم كيفى كذلك ، وحتى يتم التأكد من عمق تعريفات الموقف ينبغى النظر إلى المضمون الذى يشاهده كثيفو المشاهدة وطرق تفسيرهم لهذه المضامين . وقد عنى "جربنر" أساسًا بالتفرقة بين كثيفى التعرض، وأطلق عليهم مصطلح (التليفزيونيون) وقليـــلى المشاهدة المرتبطين أكثر بالواقع من حولهم ، كما فرق بين أثر الغرس لدى كل منهم بمقياس Cultivation Differentiation حيث يركز على الاختلاف بين نسب الإجابات التليفزيونية التى يقدمها المبحوث داخل الجماعات المقارنة .

المتغير التابع :

وهو "الغرس " وهو عبارة عن استجابة المبحوثين بإعطائهم إجابات تتضمن معتقداتهم وتصوراتهم وتقديـــراتهم لموضـــوع البحث . وقد شملت دراسة المتغير التابع : الجريمة والعنف (جيربنر ١٩٧٧) والتوجهات السياسية (مورجان دسيجنوريللى ١٩٨٢) وإدراكات الرفاهية (فوكس وفيليبر ١٩٧٨) وإدراك المبحوثين لإنجازات العلم والأدوار النمطية للرجل والمرأة .

ويمكـــن النظر إلى متغير الغرس على مستويين آخرين هما : المستوى الشخصى ، ويتضمن إصدار الفرد لأحكام ومعتقدات حول استعداده للجريمة أو خوفه منها وتقدير فرض الوقوع ضحية، والمستوى الاجـــتماعى المتمـــثل فى إصدار الفرد لأحكام ومعتقدات تتصل بآخرين مثل : تقدير وقوع أصدقائه ومعارفه وغيرها ضحايا للجريمة أو تورطهم فيها ، وخصائص المجرمين وقيمهم وأدوارهم .

المتغيرات الوسيطة [٣٩] :

هـــناك عديد من المتغيرات التى قد تتدخل فى العلاقة بين مشاهدة التليفزيون ، وحدوث تأثيرات الغرس مما قد يزيد من قوة هذه العلاقة ، ومن أهم هذه المتغيرات :

- إدراك واقعية المضمون :

وتنقسم واقعية المضمون إلى ٣ فئات :

١- تعريف الواقعية من خلال الرسالة نفسها .

٢- الربط بين إدراك واقعية المضمون والمتلقى .

٣- التوصـــل إلى تعـــريف خاص بمفهوم إدراك واقعية المضمون - ويمثل هذه الفئة "بوتر" الذى وضع تعريفا لإدراك واقعية المضمون ، يعتمد على الأبعاد الآتية :

(أ) النافذة السحرية Magic Window : وهو يشير إلى الدرجة التى يعتقد المشاهد أن محتوى التليفزيون هو تمثيل للحياة الحقيقية .

(ب) التعـــلم (المنفعة) Utility : يقصد بالتعلم مدى شـــعور المشاهدين بأن المحتـــوى التليفزيونى يقدم إليهم معلومات فى عديد من الموضوعات ، مثل كيفية إقامة علاقات اجتماعـــية ، وكيفـــية حل المشكلات ؛ حيث يمكن أن يستخدموا هذه المعلومات فى حياتهم الحقيقية .

(جـــ) التوحد Identity : يركز هذا البعد بصفة أساسية على الدرجة التى يطور بها المشـــاهد علاقته مع الشخصيات التليفزيونية ، فلا يعنى هذا أن الشخص الذى يبنى علاقـــة تـــآلف وتقارب مع شخصية أو عدة شخصيات تليفزيونية هو شخص غير متوازن فعليا ، أو أنه غير قادر على التفرقة بين عالم التليفزيون والعالم الحقيقى .

أهم المفاهيم التى أضيفت إلى نظرية الغرس :

(أ) الاتجاه السائد Mainstreaming :

يتضمن هذا المفهوم بعدين أساسيين :

الأول : يتمـــثل فى سعى التليفزيون إلى تقديم وســـائل ثابتة ومتجانسة لجذب عـــدد كبير من الجمـــاهير ، حيـــث يوفر التليفزيون مجموعة محدودة من الاختيارات فى مواجهة عدد غير محدود من الاهـــتمامات والموضوعات ، وهو ما يتضح من خلال البرامج التليفزيونية التى وضعت لأسباب تجارية بحيث تناسب الجميع ، لاغية عديدًا من الحدود مثل العمر ، الطبقة ، الدين .

أمـــا الـــثانى : فيقصد به مشاركة كثيفى المشاهدة فى هذه الصور والمعتقدات العامة التى يغرسها التليفزيون ، وبالتالى تتلاشى الاختلافات الناتجة عن العوامل الاجتماعية فى حين أن منخفضى أو قليلى المشاهدة لديهم صور مختلفة عن هذا الواقع .

ويعبر "جربنـــز" عن ذلك من خلال ما أطلق عليه " B'S "3 :

١- التلاشى Blurring - أى تلاشى الاختلافات التقليدية بين الأفراد وذوبانها .

٢- الاندماج Blending - بمعنى اندماج المفاهيم فى الاتجاه السائد للثقافة التليفزيونية .

٣- الخضوع Bending - وهو تشكيل الاتجاه السائد طبقا لوسيلة ومحوليها.

(أ) التضخيم (الرنين) Resonance :

يـــرى "جربنر" وزملاؤه أن تطابق ما يراه الأفراد فى عالم التليفزيون مع الواقع المحيط بهم يزيد من تأثيرات الغرس ، بحيث يصبح الأفراد كأنهم قد تعرضوا لجرعة مزدوجة ، وهو ما يطلق عليه التضخيم أو الـــرنين . وقد أشار عديد من الدراسات التى أجريت حول العنف التليفزيونى إلى تضخم تأثير المواد التليفزيونية التى تحتوى على عنف على هـــؤلاء ، الذين يعيشون فى ظروف عنف غير عـــادية ، وهو ما يؤدى إلى ترسيخ مفهومهم عن الحياة لممارسة العنف .

مستويات الغرس :

أشـــار كـــل مـــن "هوبكينـــز" و "بينجرى" ١٩٨٢ إلى أن هناك تفرقة أساسية بين نوعين من المقاييس :

أولا : مقاييس المستوى الأول First Order Measures

يشير هذا المستوى إلى التقديرات . الكمية لحدوث شيء معين .. على سبيل المثال سؤال المبحوثين عن تقديرهم لفرص وقوعهم صحية من كل ١٠٠,٠٠٠ .

ثانيا : مقاييس المستوى الثانى Second Order Measures

ويهـــتم هذا المستوى بتحديد المعتقدات التى يغرسها التليفزيون عن العالم الحقيقى ، مثل : سؤال المبحوثين عن مدى اعتقادهم بوجود صفة الإخلاص عند عامة الناس .

أهم الانتقادات التى وجهت إلى نموذج الغرس [٤٠] :

على الرغم من أن نموذج الغرس حظى بتأييد عديد من الباحثين ، إلا أنه واجه أيضا ومنذ بدايته عديدًا من الانتقادات الحادة ، والتى تتمثل فيما يلى :

١- تواضع الدليل البحثى الملاحظ للغرس حين يمكن أن يشاهد منخفضو المشاهدة التليفزيونية أكثر من ٧ ســـاعات أسبوعيًا ، وفى ظل ثبات الرسائل والصور المعروضة إضافة للتعرض التراكمى .. فإن كـــل فرد تقريبا يمكن أن يتأثر بغض النظر عن الكمية التى يشاهدها ، وبالإضافة إلى ذلك .. فإن الحياة فى البيئة الثقافية مع كثيفى المشاهدة قد تساعد منخفضى المشاهدة ، حيث يمكن أن يحصلوا على المعلومات عن طريقهم .

٢ - تساءل عدد من الباحثين عن مدى مصداقية بحوث الغرس ؛ إذ أظهرت معظم الدراسات معاملات ارتـــباط تـــتراوح ما بين ١٢ والى ٢٠ ، وهو ما يدل على ضعف العلاقة بين المشاهدة وتأثيرات الغرس أو عدم وجودها أصلا وهو ما ذهب إليه بعض الباحثين.

ولكـــن هـــذا لا يعنى - كما ذهبوا - الشك فى مصداقية بحوث الغرس ، إذ إن الضعف فى معاملات الارتباط يمكن إرجاعه إلى :

- أسباب تتعلق بأوجه النقص التى يعانى منها المقياس نفسه .

■ طبيعة الدراسات الاجتماعية التى تتناول إحدى الظواهر الإنسانية ، حيث تتميز هذه الظاهرة بـــتعدد أسبابها ، وفى الوقت نفسه فإن هناك صعوبة فى السيطرة على المبحوث والتحكم فيه ، وهى مشكلة عامة تشترك فيها كل الدراسات الإنسانية .

٣- واجـــه الـــنموذج انتقادات حادة فى النقطة المتعلقة باحتمالية زيف العلاقة بين التعرض وتأثيرات الغرس ، فى حالة عدم توضيح المتغيرات المؤثرة فى العلاقة ، وقد أشار **Hughes** إلى أهمية إدخال عديد من المتغيرات الديموغرافية والاجتماعية كوحدة واحدة فى التحليل .

٤ – يرتبط بالنقطة السابقة احتمالية وجود عدة متغيرات أخرى ، تشترك فى إحداث التأثير.

٥ – وجه أيضا عدد من الباحثين انتقادات منهجية للغرس على النحو التالى :

(أ) قد تعكس تأثيرات الغـــرس ميل الناس العـــام إلى التضحية والمبالغة ، حيث إن من يـــبالغ فى احـــتمالات وقوعـــه ضـــحية لإحدى الجرائم ، قد يبالغ أيضًا فى تقدير ساعات تعرضه للتلـــيفزيون . وقد سعت الدراســـات فيما بعد إلى محاولة الحصول على إجابات دقيقة عن المشـــــاهدة من خلال الأسئلة غير المباشرة ، أو السؤال بأكثر من طريقة ، بحيث يحصـــل الباحث على الإجابة القريبة من الصحة .

(ب) قـــد تعكـــس نتائج الغرس تأثيرات أداة القياس حيث إن الأسئلة التقليدية تركز على العنف والجريمة، وبالتالى ترفع من درجة وعى المبحوث بهذه الموضوعات .

(جـ) قد ترجع النتائج إلى الصـــياغة المتحيزة للعبارات التى تصاغ دائما بطريقة ســـلبية تعد أكثر احتمالاً لأن ينتج عنها تأثيرات للغرس أكثر من العبارات الإيجابية .

(د) هـــناك مشكلة منهجية أخرى تتمثل فى: صعوبة تحديد الإجابة التليفزيونية ، وهذه المشكلة تتضـــح بشكل أكبر مع مقاييس المستوى الثانى ، حيث إن الإجابات التليفزيونية على هذا المســـتوى لابـــد وأن تستنتج . وقد وجه النقد "لجربنر" لعدم توضيحه لكيفية التفرقة بين الإجابة التليفزيونية وإجابة العالم الحقيقى فيما يتعلق بالاغتراب . والحقيقة أن هذه المشكلة ترتبط بشكل أو بآخر بمقاييس المستوى الأول ، الذى يعتمد فى تحديد الإجابة التليفزيونية عـــن تحليل المضمون ، والذى يعانى بدوره من وجود احتمال لعدم اتفاق نظرة المشاهدين لأحـــداث التلـــيفزيون مع العلماء والباحثين القائمين بتحليـــل المضمون . وطبقا لما قاله "نيوكومب" New Comb ١٩٧٨ فإن تحليل المضمون الذى يتم على إطار بحوث الغرس يميل إلى تجاهل السياق العام للصور المعروضة .

٦- واجــه الـــنموذج - أيضا - عدة انتقادات حول مدى نجاح تطبيقه فى دول أخرى غير الولايات المـــتحدة ، فعلى سبيل المثال : لم يستطع "وبر" ١٩٧٨ إثبات صحة فروض النموذج فى الدراسة التى أجراها فى بريطانيا ، ومن مصر أيضا لم تتمكن "حنان عزت" من إثبات فروض النموذج من خلال دراستها ، التى أجرتها على عينة من خلال المدارس الثانوية فيما يتعلق بدور الدراما الأمريكية Soap opera فى إدراك الطلاب للعلاقات الاجتماعية .

ورغـــم الانـــتقادات التى وجهت للنظرية ، إلا أن "جربنر" يؤكد قوة العلاقة بين وسائل الإعلام ونقل قيم أو مفاهيم معينة للجمهور .

الاتجاهات الحديثة :

١ - أظهر بعض الباحثين أن تأثيرات الغرس تكون أقوى عندما يتم قياس مضمون نوع معين من برامج التليفزيون بدلا من المشاهدة الكلية للتليفزيون .

٢ - الأخـــذ فى الحسبان سياق التعرض لما يعرض فى التليفزيون، فالمشاهدون الذين يتعرضون لجرعات كثيفة ، من الواضح أنه لا يوجد دوافع تدفعهم للمشاهدة ، والعنف العشوائى فى التليفزيون ربما يجعـــل البعض يحسون بأن العالم مكان مخيف لا يمكن المعيشة فيه، أكثر من هؤلاء الذين يشاهدون أحداث عنف مبررة يتم استخدامه لتحقيق العدالة والسيطرة على المجرمين. وهناك بعض الدراسات الحديثة تضع بعض المتغيرات الوسيطة فى الحسبان عند استخدام نظرية الغرس مثل : إدراك واقعية ما يشاهد ، والنشاط أثناء المشاهدة ودوافع المشاهدة ، والارتباط بالمشاهدة أو الصلة بها [٤١].

٣ - اســتخدام التصميم التجريبى لدراسة تأثيرات الغرس . فعلى الرغم من أن مدخل الغرس التقليدى يـــرفض دراســـة تأثيرات الغرس بهذا التصميم إلا أن "روسلر" و"بروسيوس" Rossler and Brosius اســـتخدما هـــذا التصـــميم ، وبينت نتائج دراستهما أن تأثيرات الغرس تحدث على مســـتوى كل من المطلبين الأول والثانى. وقد كانت دراستهما خاصة بتأثيرات الغرس التى تحدث لـــلمراهقين مـــن مشاهدة البرامج الحوارية Talk Shows ، إلا أنهما وجدا أن هذه التأثيرات خاصة بقضايا معينة دون قضايا أخرى [٤٢].

فعـــلى الـــرغم من أن دراسات الغرس التقليدية خاصة بالنتائج العامة والدائمة للتعرض المتراكم لوســـائل الاتصال ، ومن ثم لا يتناسب التصميم التجريبى مع هذا النوع من البحوث كما يرى أنصار الغـــرس التقلـــيديون ، يجـــد آخرون أن هذا التصميم مناسب لعدة أسباب ، أهمها أنه لا يمكن قياس

التأثيرات لنوع معين genre أو مادة بعينها ، وليس التليفزيون ككل ، وأن التصميمات التجريبية يمكن أن تشـــبه التأثيرات على المدى البعيد long-term والتراكمية المتخيلة conceived cumulative إذا كانت مصممة بحيث أن تشتمل على ظروف التعرض الممتدة Prolonged [٤٣].

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى توصيف واقع الدراما العربية المقدمة عبر الفضـــائيات ، وأثـــره عـــلى إدراك فـــئات الجماهير للواقع الاجتماعى للمرأة بما يقدمه من سلبيات وإيجابيات؛ أى إن الدراسة تسعى أيضاً إلى التفسير ؛ حيث يرى البعض [٤٤] أن كل الدراسات الوصفية ينبغى أن تتعدى حدود الوصف لقياس العلاقة بين المتغيرات الوسيطة والتابعة .

منهج الدراسة :

تعتمد الدراسة على المنهج المسحى ، وفى إطاره يتم مسح رسائل الدراما المقدمة عبر الفضائيات العربية لمدة شهرين كاملين ، وسيتم مسح عينة من الشباب العربى والمصرى الذى يتعرض لهذه الدراما . ولذا ، فالمنهج المسحى هو أنسب المناهج لقياس أهداف الدراسة.

حجم وتوزيع عينة الدراسة التحليلية :

تم إجراء دراسة استطلاعية على ٤٠ شابًا وفتاة مصريين و١٠ طلاب عرب لتعرف أهم القنوات الـــتى يشاهدون فيها الدراما العربية ، من خلال معامل ارتباط الرتب ، واتضح أن هناك ارتباطًا إيجابيًا كـــبيرًا بين تفضيلات أفراد الجمهور لهذه القنوات بمعامل اقترب من ٨٧ ، ومع ملاحظة أنه تم اختيار القنوات العربية المفتوحة على الدش ؛ حتى تكون هناك فرصة متساوية للجميع فى المشاهدة .

وتمثلـــت عيـــنة الدراسة فى ١١٤٠ مشهدًا تشمل أفلامًا ومسلسلات وتمثيليات (التمثيلية اليومية لـــلمحطة أو القناة بالإضافة إلى فيلم أو تمثيلية السهرة) على اعتبار أن هذه المواد ربما تكون من أكثر المواد قبولاً من جانب المشاهدين ، وجاء إجمالى العينة كما يلى :

جدول (١) : توزيع عينة الدراسة التحليلية بالمشاهد .

القناة	عدد المشاهد	النسبة
دراما مصرية	٨٦٥	٧٦
دراما عربية	٢٧٥	٢٤
الإجمـــالى	١١٤٠	١٠٠

حجم وتوزيع عينة الدراسة الميدانية :

تم المســح لعيــنة عشــوائية متعددة المراحل بلغ حجمها ٣٠٠ مفردة من الذكور والإناث فى المســتويات العمرية والاجتماعية المختلفة (٢٠٠ من المصريين و١٠٠ من العرب). وقد كانت هناك صــعوبة فى الوصــول إلى الجمهــور العربى ، وتم اللجوء إلى نادى طلاب الإمارات والسفارة الليبية والســعودية ، بالإضافة إلى الفلسطينيين المقيمين فى مصر لاستكمال عينة الجمهور العربى ، وتم سحب عينة الجمهور المصرى من هيئة النقل العام ، ونادى الزمالك لتمثيل المستويات الاجتماعية المختلفة .

جدول (٢) : توزيع عينة الدراسة الميدانية حسب النوع .

فئات النوع	مصريين	عرب	الإجمالى
ذكور	١٠٠	٥٠	١٥٠
إناث	١٠٠	٥٠	١٥٠
الإجمــالى	٢٠٠	١٠٠	٣٠٠

جدول (٣) : توزيع عينة الدراسة الميدانية حسب السن .

فئات السن	مصريين	عــرب	الإجمــالى
من ١٨ – ٣٠	١٠٠	٥٢	١٥٢
من ٣١ – ٤٠	٦٠	٣٠	٩٠
أكثر من ٤٠	٤٠	١٨	٥٨
الإجمــالى	٢٠٠	١٠٠	٣٠٠

جدول (٤) : توزيع عينة الدراسة الميدانية حسب المستوى الاجتماعى .

فئات المستوى الاجتماعى	مصريين	عــرب	الإجمــالى
مرتفع	٤٤	٧١	١١٥
متوسط	١٠٥	١٩	١٢٤
منخفض	٥١	١٠	٦١
الإجمــالى	٢٠٠	١٠٠	٣٠٠

فروض الدراسة التحليلية :

تميل الدراما المصرية إلى إظهار المرأة بشكل سلبى أكثر من الدراما العربية الأخرى.

تميل الأفلام العربية إلى إظهار المرأة بشكل سلبى أكثر من المسلسلات أو التمثيليات العربية .

تميل الدراما العربية إلى إظهار المرأة بشكل إيجابى فى الأدوار الثانوية أو الهامشية فقط ، وتميل إلى إظهارها بشكل سلبى أكثر فى الأدوار الرئيسية .

هناك اختلاف فى أبعاد الصورة التى تقدم بها المرأة فى الأعمال الدرامية العربية ، فبينما تميل الدراما المصرية إلى إظهار أبعاد الصورة السلبية على مستوى الشكل تميل الدراما العربية إلى إظهار أبعاد الصورة السلبية على مستوى المضمون .

متغيرات الدراسة التحليلية :

تمثلت متغيرات الدراسة التحليلية فيما يلى :

جنسية البلد المنتج للدراما (مصرى – عربى) .

القالب الفنى (فيلم – مسلسل – تمثيلية) .

طبيعة الدور (رئيسى – ثانوى – هامشى) .

أبعاد الصورة السلبية (الشكل – المضمون) .

أداة جمع بيانات الدراسة التحليلية :

تمثلت فى تصميم استمارة تحليل مضمون مصممة لتغطية الأبعاد الأساسية للدراسة، واشتملت على الملامح والسمات الموضوعية والشكلية لظهور المرأة فى الدراما العربية والمصرية .

فروض الدراسة الميدانية :

١ – كـــلما زاد تعـــرض الجمهور للدراما العربية ، زاد إدراكه لصورة المرأة بشكل أقرب إلى الصورة المقدمة من خلال التليفزيون .

٢ – توجـــد فـــروق دالة إحصائيًا فى إدراك الجمهور المصرى ، مقابل العربى لصورة المرأة المقدمة عبر التليفزيون ، حيث يزداد إدراك هذه الصورة لدى المصريين .

٣ – توجد فروق دالة إحصائيًا فى إدراك الذكور والإناث لصورة المرأة المقدمة عبر التليفزيون ، حيث يزداد إدراك هذه الصورة لدى الذكور عنه ولدى الإناث .

٤ – كلما زاد السن زاد إدراك الجمهور لصورة المرأة بشكل أقرب للمعالجة التليفزيونية

٥- كـــلما زاد المســـتوى الاجـــتماعى زاد إدراك الجمهـــور لصورة المرأة بشكل أقرب إلى المعالجة التليفزيونية.

متغيرات الدراسة الميدانية :

المتغير المستقل	المتغيرات الوسيطة	المتغير التابع
التعرض للدراما العربية	١-معدل التعرض(مرتفع – متوسط – منخفض) . ٢-الجنسية (مصريون – عرب) . ٣- النوع (ذكور – إناث) . ٤-السن (كبار- متوسط – صغار) .	إدراك الصـــورة بشكل أقـــرب إلى المعالجـــة التليفزيونية .

أداة جمع بيانات الدراسة الميدانية :

تم الاعتماد على تصميم استمارة استبيان مقننة ، شملت الأبعاد الأساسية للدراسة واهتمت بقياس طبـــيعة ومعدلات التعرض للدراما واتجاه وإدراك الجمهور لصورة المرأة ، وما إذا كانت مقاربة للواقع التليفزيونى أم لا من وجهة نظرهم .

أساليب القياس فى الدراسة التحليلية :

- تم الاعـــتماد على وحدة المفردة ، وهى هنا وحدة الفيلم والحلقة بالإضافة إلى وحدة المشهد ووحدة الشخصية ووحدة الزمن لحساب إجمالى المشاهد ، التى ظهرت فيها المرأة مقارنة ببقية المشاهد ، أما وحدة الشخصية فكانت أساسية للوقوف على أهم أبعاد الشخصية .

أساليب القياس فى الدراسة الميدانية :

تم الاعـــتماد على مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة وشبة المغلقة ، وعدد من المقاييس لقياس الاتجاهات والإدراك لصورة المرأة ، وبعض الأساليب الإسقاطية لقياس إدراك صورة المرأة .

الصدق والثبات فى الدراسة التحليلية :

تم قياس الصدق من خلال :

١- تصميم الاستمارة فى ضوء أهداف وأبعاد الدراسة .

٢- عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين وإجراء التعديلات .

٣- تحليل ١٠% مع أربعة من المرمزين ، وكانت نتائجهم ٩١، ٩٢ ، ٩٣، ٩٤، ٩٤، ٩٦ بمتوسط ٩٣,٥% وهو معامل صدق عالٍ .

الصدق والثبات فى الدراسة الميدانية :

تم قياس الصدق ، من خلال :

١ – تصميم الاستمارة فى ضوء أهداف وأبعاد الدراسة .

٢ – عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين وإجراء التعديلات .

٣ – إجــراء اختــبار قبلى على ٣٠ مفردة من المصريين تمثل ١٠% ؛ حيث كانت هناك صعوبة فى الوصول إلى الجمهور العربى فى هذه المرحلة .

نتائج الدراسة :

ويمكن تقسيمها كما يلى :

أ– أولاً – نتائج فروض الدراسة التحليلية :

جدول (٥) : العلاقة بين جنسية البلد المنتجة للدراما والصورة التى ظهرت بها المرأة .

الصورة / الجنسية	إيجابية	سلبية	محايدة	الإجمالى
دراما مصرية	١٢٤	٧٠٩	٣٢	٨٦٥
دراما عربية	١٢	١٤١	١٢٢	٢٧٥
الإجمــالى	١٣٦	٨٥٠	١٥٤	١١٤٠

كا^2 المحسوبة ٢٩٩ > كا^2 الجدولية عند درجة حرية ٢ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل التوافق ٠,٥

تم تحديــد جنســية المــادة الدرامية باعتبار جهة الإنتاج ، بمعنى أن القنوات العربية التى أذاعت مسلســلات أو أفلامًا مصرية تم إدراجها ضمن الأعمال المصرية ، وقد اتضح من الجدول السابق أن صورة المرأة تم إدراجها فى ثلاث فئات وهى تقديمها بشكل إيجابى أو سلبى أو محايد ، وقد اتضح أيضاً أن قيمة كا^2 المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ مما يؤكد وجــود علاقــة ارتباطية بين جنسية الدراما وطبيعة الصورة التى تقدمها عن المرأة ، حيث تميل الدراما المصــرية إلى تقديم المرأة بصورة أكثر سلبية من مثيلتها العربية ؛ مما يؤكد صحة الفرض الأول ، وقد يــرجع ذلك إلى طبيعة المجتمع المصرى كمجتمع أكثر انفتاحاً ، وأكثر إنتاجاً للأعمال الدرامية مقارنة ببقية المجتمعات .

وعند قياس قوة العلاقة بين المتغيرين ثبت أن قيمة معامل التوافق ٠,٥ وهي قيمة مرتفعة جدًّا إذا ما قارناها بمستوى معنوية ١,٠٠ أى درجة ثقة تكاد تقترب من ١٠٠% مما يؤكد صحة الفرض الأول .

جدول (٦) : العلاقة بين القالب الفنى للدراما والصورة التى ظهرت بها المرأة .

الصورة / القالب الفنى	إيجابية	سلبية	محايدة	الإجمالى
أفلام	٩٦	٤٣٨	٨٠	٦١٤
تمثيليات ومسلسلات	٤٠	٤١٢	٧٤	٥٢٦
الإجمـــالى	١٣٦	٨٥٠	١٥٤	١١٤٠

كا٢ المحسوبة ١٧,٣٩ > كا٢ الجدولية عند درجة حرية ٢ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل التوافق ٠,١٢

تم تحديـــد القالـــب الفنى وتقسيمه ما بين الأفلام من ناحية والتمثيليات والمسلسلات من ناحية أخرى، وقد اتضح من الجدول أن قيمة كا٢ المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية، مما يؤكد وجود علاقة ارتباطـــية بين القالب الفنى والصورة التى تظهر بها المرأة، حيث تميل التمثيليات والمسلسلات إلى تقديم المرأة بصورة سلبية أقل من الأفلام ، ولكن الفارق بينهما ليس كبيرًا ؛ إذ إنه عندما تم قياس قوة العلاقة بين المتغيرين لم تتجاوز قيمة معامل التوافق ٠,١٢ وهى قيمة ضعيفة مما يؤكد وجود ارتباط ضعيف بين القالب الفنى والصورة التى تظهر بها المرأة ، وهذا يثبت صحة الفرض الثانى .

جدول (٧) : العلاقة بين طبيعة الدور الذى ظهرت به المرأة والصورة المقدمة عنها .

طبيعة الصورة / طبيعة الدور	إيجابية	سلبية	محايدة	الإجمالى
رئيسى	٥١	٣٩٢	١٣٩	٥٨٢
ثانوى	٦٧	٢٠٣	١٥	٢٨٥
هامشى	١٨	٢٥٥	–	٢٧٣
الاجمالى	١٣٦	٨٥٠	١٥٤	١١٤٠

كا٢ المحسوبة ١٥٨,٥> كا٢ الجدولية عند درجة حرية ٤، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل التوافق ٠,٣٤

تم تقســيم الأدوار الــتى تقوم بها المرأة إلى : أدوار رئيسية تمثل العمود الفقرى للعمل الدرامى ، وأدوار ثانوية تمثــل أدواراً مكملة للعمل الدرامى ، وأخيراً أدوار هامشــية لا تمثل أهمية كبرى .

وقــد اتضح ميل صناع وكتاب الدراما لحصر المرأة فى أدوار ثانوية أو هامشية عند الحديث عن الإيجابيات ، أما تقديمها بصورة سلبية فيتركز فى الغالب فى الأدوار الرئيسية ، وهو الدور الذى يحظى بمعدلات مشاهدة عالية من جانب المشاهدين . وقد اتضح أيضاً أن قيمة كا^2 المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية ؛ مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين طبيعة الأدوار التى تظهر بها المرأة ، ومدى إيجابية أو سلبية الصــورة التى تقدم بها مما يثبت صحة الفرض الثالث . وعند قياس قوة العلاقة تم حساب قيمة معامل الــتوافق فبلغــت ٠,٣٤ ، كمــا تم حساب قيمة معامل بيرسون للارتباط فبلغ ٠,٣ وهى قيمة ليست ضعيفة، إذا ما نظرنا لانخفاض مستوى المعنوية أو ارتفاع درجة الثقة بشكل يقارب ١٠٠% مما يثبت صحة الفرض الثالث .

جدول (٨) : العلاقة بين أبعاد التناول وطبيعة الصورة التى ظهرت بها المرأة .

الأبعاد / الصورة	إيجابية	سلبية	محايدة	الإجمالى
المضمون	٩٦	٤٥٩	٩٦	٦٥١
الشكل	٤٠	٣٩١	٥٨	٤٨٩
الإجمــالى	١٣٦	٨٥٠	١٥٤	١١٤٠

كا^2 المحســوبة ١٥,١ > كا^2 الجدولية عند درجة حرية ٢، ومستوى معنوية ٠,٠٠١ ومعــامل التوافق ٠,١١

تم تقسيم الأبعاد التى تتناول المرأة إلى بعدين أساسيين : المضمون ويتمثل فى الدور الذى تقدم به المــرأة والقيم والسلوكيات التى تقدمها عبر العمل الدرامى وطبيعة أو نمط التفكير والوسائل التى تعتمد عليها ، أما الشكل فيتمثل فى الملابس والشكل الذى تظهر به المرأة ومكياجها فى البيئة ، التى تقدم فى إطارها وغيرها من العناصر الشكلية .

وقد اتضح تركيز صناع الدراما على إظهار الصورة السلبية للمرأة على مستوى الشكل أكبر من المضــمون ؛ حيث إن قيمة كا^2 المحسوبة كانت أكبر من قيمتها الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٠١ ،ولكن الارتباط ليس كبيراً حيث إن قوة معامل التوافق بلغت ٠,١١ فقط ؛ أى إن هناك ارتباطًا بين المتغيرين ، وهذا يثبت صحة الفرض الرابع . أما ملامح الصورة الإيجابية فتمثلت فى إنكار

الذات والتضحية والوفاء وتحمل الظروف القاسية والوقوف بجانب الزوج والطموح والذكاء والنشاط والجمال والأناقة ، وبالنسبة لملامح الصورة السلبية فتتمثل فى ظهور المرأة بدينة وقبيحة وربة منزل فقط ومثير جنسى وخطف الزوج من الزوجة والمكيدة واستغلال النفوذ والرشوة بالجنس والاستغلال والجهل والأمية والشراهة فى الأكل والألفاظ البذيئة والغباء والاحتيال وغيرها من الصفات الأخرى .

نتائج فروض الدراسة الميدانية :

جدول (٩) : العلاقة بين كثافة التعرض وإدراك صورة المرأة بمقياس ليكرت .

الإدراك / التعرض	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالى
مرتفع	١١٦	٤٠	٢٥	١٨١
متوسط	٢٥	٢٧	٢٦	٧٨
منخفض	٢٢	٥	١٤	٤١
الإجمـــالى	١٦٣	٧٢	٦٥	٣٠٠

كا٢ المحســوبة ٢٩,٦> كا٢ الجدولية عند درجة حرية ٤، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعــامل التوافق ٠,٣

تم تقســيم كثافة التعرض لثلاثة مستويات بناء على عدد ساعات المشاهدة ، وتم قياس أثر الغرس باســتخدام عــدم جمل بمقياس "ليكرت" واتضح من الجدول وجود علاقة بين معدل التعرض وإدراك صورة المرأة ؛ حيث إن قيمة كا٢ المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية مما يثبت صحة الفرض الأول جزئيًا، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٣ وبيرسون ٠,٢ .

جدول (١٠) : العلاقة بين كثافة التعرض وإدراك صورة المرأة بالأسلوب الإسقاطى .

الإدراك / التعرض	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالى
مرتفع	٩٢	٤٥	٤٤	١٨١
متوسط	٣	٣٧	٣٨	٧٨
منخفض	٥	٣٠	٦	٤١
الإجمـــالى	١٠٠	١١٢	٨٨	٣٠٠

كا٢ المحسوبة ٨١ .> كا٢ الجدولية عند درجة حــرية ٤، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعــامل التوافق ٠,٥

تم قـــياس الارتـــباط من خلال علاقة التعرض بالغرس ، ولكن باستخدام الأسلوب الإسقاطى ، واتضـــحت النتائج نفسها حيث كانت قيمة كا^2 المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية ، كما بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٥ ومعامل "بيرسون" ٠,٣ وهى قيم كبيرة بالنظر لارتفاع درجة الثقة مما يثبت صحة الفرض الأول كليًا .

جدول (١١) : العلاقة بين جنسية الجمهور وإدراك صورة المرأة باستخدام مقياس ليكرت .

الإدراك / الجنسية	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالى
مصرى	١١٢	٥٠	٣٨	٢٠٠
عربى	٥١	٢٢	٢٧	١٠٠
الإجمـــالى	١٦٣	٧٢	٦٥	٣٠٠

كا^2 المحسوبة ٢,٥ < كا^2 الجدولية عند درجة حرية ٢، ومستوى معنوية ٠,٢٨

لم يتضح أثر للجنسية فى أثر الغرس على الجمهور ؛ حيث كانت قيمة كا^2 المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية ؛ مما يثبت عدم وجود علاقة بين المتغيرين فسواء المصريون أو العرب يميلون إلى إدراك صورة المرأة بشكل أقرب للمعالجة التليفزيونية ؛ مما يثبت عدم صحة الفرض الثانى جزئيًا .

جدول (١٢) : العلاقة بين جنسية الجمهور وإدراك صورة المرأة باستخدام الأسلوب الإسقاطى .

الإدراك / الجنسية	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالى
مصرى	٧٢	٧٢	٥٦	٢٠٠
عربى	٢٨	٤٠	٣٢	١٠٠
الإجمـــالى	١٠٠	١١٢	٨٨	٣٠٠

كا^2 المحسوبة ١,٥ .< كا^2 الجدولية عند درجة حرية ٢، ومستوى معنوية ٠,٣٨

بعـــد قـــياس الفرض مرة أخرى باستخدام الأسلوب الإسقاطى تبين أيضاً عدم وجود علاقة بين المـــتغيرين ؛ حيث كانت قيمة كا^2 المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية ؛ مما يثبت اتساق نتائج قياس هذا الفرض وعدم صحة الفرض الثانى كليًا .

جدول (١٣) : العلاقة بين النوع وإدراك صورة المرأة وفقاً لمقياس ليكرت .

الإدراك / النوع	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالى
ذكور	٨٠	٣٦	٣٤	١٥٠
إناث	٨٣	٣٦	٣١	١٥٠
الإجمـــالى	١٦٣	٧٢	٦٥	٣٠٠

كا^{2} المحسوبة ٠,١٩ < كا^{2} الجدولية عند درجة حرية ٢، ومستوى معنوية ٠,٩٠

لم يظهر أثر للنوع فى نتائج الغرس ؛ حيث جاءت قيمة كا^{2} المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية مما يؤدى إلى عدم صحة الفرض الثالث جزئيًا ، فسواء ذكور أم إناث ، هناك أثر مرتفع للغرس ولا يلعب النوع دوراً ملموساً فى تحديد طبيعة وحدود هذا الدور.

جدول (١٤) : العلاقة بين النوع وإدراك صورة المرأة باستخدام الأسلوب الإسقاطى .

الإدراك / النوع	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالى
ذكور	٥٠	٥٥	٤٥	١٥٠
إناث	٥٠	٥٧	٤٣	١٥٠
الإجمـــالى	١٠٠	١١٢	٨٨	٣٠٠

كا^{2} المحسوبة ٠,٨١ < كا^{2} الجدولية عند درجة حرية ٤٢، ومستوى معنوية ٠,٩٦

أيضـــاً تم قياس أثر الغرس باستخدام الأسلوب الإسقاطى ، ولم يتضح وجود أثر للنوع فى نتائج الغرس وإدراك صورة المرأة ؛ حيث جاءت القيم المحسوبة لكا^{2} أقل من القيم الجدولية لها ، وهذه النتيجة تتسق مع نتيجة الجدول السابق وتثبت عدم صحة الفرض الثالث جزئيًا .

جدول (١٥) : العلاقة بين السن وإدراك صورة المرأة وفقاً لمقياس ليكرت .

الإدراك / السن	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالى
مرتفع	٨٢	٣٦	٣٤	١٥٢
متوسط	٤٥	٢١	٢٤	٩٠
منخفض	٣٦	١٥	٧	٥٨
الإجمـــالى	١٦٣	٧٢	٦٥	٣٠٠

كا^{2} المحسوبة ٤,٦ < كا^{2} الجدولية عند درجة حرية ٤، ومستوى معنوية ٠,٣٣

لم يتضـــح وجـــود أثـــر للسن فى علاقته بنتائج الغرس ؛ حيث إن الجميع تأثروا بالغرس بمراحل ودرجـــات مختلفة ؛ حيث كانت قيمة كا^2 المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية ، وهذا يثبت عدم صحة الفرض الرابع جزئيًا .

جدول (١٦) : العلاقة بين السن وإدراك الصورة باستخدام الأسلوب الإسقاطى .

الإدراك / السن	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالى
منخفض	٥٢	٥٥	٤٥	١٥٢
متوسط	١٤	٤٩	٢٧	٩٠
مرتفع	٣٤	٨	١٦	٥٨
الإجمالى	١٠٠	١١٢	٨٨	٣٠٠

كا^2 المحسوبة ٣٥ .> كا^2 الجدولية عند درجة حرية ٤، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل التوافق ٠,٣٣

بعد قياس الفرض بالأسلوب الإسقاطى تبين أن هناك علاقة ارتباطية بين المتغيرين ، حيث إنه كلما زاد الســـن زاد أثـــر الغـــرس ، وربما يرجع ذلك إلى اختزان رصيد معرفى واتجاهى وسلوكى فى ذهن الشخص ؛ مما يخلق لديه ما يطلق عليه بالاتجاه السائد الذى يؤثر على إدراكه للشخصيات المختلفة ، مما يثبت صحة الفرض الرابع جزئيًا .

جدول (١٧) : العلاقة بين المستوى الاجتماعى وإدراك صورة المرأة وفقاً لمقياس "ليكرت" .

الإدراك / المستوى	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالى
مرتفع	١١٢	٣	-	١١٥
متوسط	٣٦	٣٧	٥١	١٢٤
منخفض	١٥	٣٢	١٤	٦١
الإجمالى	١٦٣	٧٢	٦٥	٣٠٠

كا^2 المحسوبة ١٥٤ .> كا^2 الجدولية عند درجة حرية ٤، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل التوافق ٠,٦

اتضح من الجدول السابق أن قيمة كا^2 المحسوبة أكبر من قيمتها الجدلية ؛ مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين المستوى الاجتماعى للمبحوثين وأثر الغرس وتم قياس المستوى الاجتماعى بمقياس تجميعى

معـــد لهذا ، كما كانت قوة معامل التوافق كبيرة حيث وصلت إلى ٠,٦ ومعامل بيرسون ٠,٢ ؛ مما يثبت وجود علاقة بين المتغيرين ويثبت صحة الفرض الخامس جزئيًا .

جدول (١٨) : العلاقة بين المستوى الاجتماعى وإدراك صورة المرأة باستخدام الأسلوب الإسقاطى .

المستوى \ الإدراك	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالى
مرتفع	٧٦	١٤	٢٥	١١٥
متوسط	٢	٧٧	٤٥	١٢٤
منخفض	٢٢	٢١	١٨	٦١
الإجمـــالى	١٠٠	١١٢	٨٨	٣٠٠

كا٢ المحسوبة ١١٨ .> كا٢ الجدولية عند درجة حرية ٤، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ، ومعامل التوافق ٠,٥٣

أيضاً ، تم قياس العلاقة بين المتغيرين باستخدام الأسلوب الإسقاطى ، وتبين أن قيمة كا٢ المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين، وهذا يثبت صحة الفرض الخامس جزئيًا . وقد بلغت قوة هذه العلاقة ٠,٥٣ ، مما يؤكد قوتها بالنظر إلى ارتفاع درجة الثقة مما يثبت صحة الفرض الخامس كليًا .

الخلاصـــة :

وتشمل كلاً من :

(أ) النتائج العامة :

١- عـــلى الرغم من أن الدراما المصرية تحتل مكان الريادة على خريطة الدراما العربية ، إلا أنها تقدم المرأة بصورة سلبية لا تتناسب مع مكانتها .

٢- تقدم المرأة فى الغالب فى أدوار هامشية أو ثانوية ، وحين تقدم فى أدوار رئيسية ، فهى تقدم بشـــكل لا يتوافق مع مكانتها فى المجتمع ، خاصة فى الوقت الحالى فهى تقدم بصورة قبيحة ومنفرة على مستوى الشكل ، وبأدوار تقليدية أو إجرامية على مستوى المضمون .

٣- هناك مستويات مرتفعة من الغرس على مستوى الجمهور سواء المصرى أو العربى ، ولا يوجد أثر للنوع أو السن أو الجنسية فى آثار هذا الغرس .

٤- هـــناك أثـــر لمـــتغير المستوى الاقتصادى الاجتماعى فى إثبات فرضية الغرس ، فكلما ارتفع المستوى زادت فرصة واحتمالات إدراك صورة المرأة بشكل أقرب للمعالجة التليفزيونية .

(ب) التوصيات :

١- ضـــرورة ترشـــيد الدراما المقدمة عبر التليفزيون ، وخاصة الفضائيات العربية ، فى تقديمها وتناولها للنماذج والفئات الاجتماعية المختلفة .

٢- مناشـــدة كتاب الدراما ومخرجيها بعدم تبنى اتجاه معاكس لسياسة الدولة ، وكذلك الاتجاه العالمى المتزايد نحو الاهتمام بالمرأة وإبراز عدالة قضاياها.

٣- إن ترسيخ الصورة السلبية ضد المرأة يعد أحد أشكال التمييز ، التى ينبغى على كافة هيئات ومؤسسات المجتمع المدنى التصدى له بكل قوة لمنع انتشاره .

٤- يجب أن تضطلع الفضائيات العـــربية بمسئوليتها فى التقـــديم العادل لكافة فئات وقطـــاعات المجتمع .

٥- مناشدة أقسام وكليات الإعلام بعمل مرصد إعلامى لرصد كل خروج سلبى، والتنديد به مع وجود جماعات ضغط منظمة لحماية مصالح المجتمع .

مراجـع الدراسـة

(١) عواطف عبد الرحمن : دراسات فى الصحف المصرية والعربية (القاهرة : العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٢) .

(٢) فوزية فهيم : الإعلام والمرأة (القاهرة : الهيئة العامة للكتاب ، ١٩٨٦) .

(٣) عدلى سيد رضا : صورة الأب والأم فى المسلسلات العربية بالتليفزيون (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٨)

(٤) ســامية رزق : صـــورة المرأة كما تقدمها برامج المرأة فى الإذاعة المصرية (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٨) .

(٥) أشرف جلال : القيم الاجتماعية فى إعلانات التليفزيون وأثرها على اتجاهات الجمهور نحو الإعلان ، دراسة مقدمة لأعمال المؤتمر العلمى السنوى التاسع لكلية الإعلام بعنوان "أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق" ، مايو ٢٠٠٣ ، الجزء الرابع .

(٦) سمـــية عـــرفات : مدى مراعاة الضوابط الأخلاقية فى الأغنية العربية المصورة ، دراسة تحليلية للأغنية العربية المصورة بقناة دريم ١ ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد ١٨ ، أكتوبر ٢٠٠٢، ص ص ٣٩٣ ، ٤٣٦.

(٧) أديب خضور : صورة المرأة فى الإعلام العربى (دمشق : دون ناشر ، الطبعة الأولى، ١٩٩٧).

(٨) محمـــود يوســـف : صورة المرأة المصرية فى الأفلام السينمائية التى يقدمها التليفزيون ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد العاشر، القاهرة ، ٢٠٠١ ، ص ص ٤٩ - ٥٠ .

(٩) محمود يوسف ، مرجع سابق .

(١٠) منى الحديدى : دراسة تحليلية لصورة المرأة فى الفيلم المصرى والآثار الاجتماعية المترتبة على ذلك ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ١٩٧٧.

(١١) مـــنى حـــلمى رفاعى حسن : التعرض للدراما المصرية فى التليفزيون وإدراك الشباب المصرى للعلاقة بين الجنسين ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (القاهرة ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ٢٠٠٣.

(١٢) مايســـة السيد طاهر : صورة العنف فى العلاقة بين الرجل والمرأة كما تقدمها الدراما العربية فى التليفزيون المصرى ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ٢٠٠٣.

(١٣) عادل فهمى البيومى : الدراما التليفزيونية والاتجاهات نحو العنف الأسرى فى مصر ، دراسة مسحية على عينة من الأزواج والزوجات فى القاهرة ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، العدد الثانى ، ٢٠٠٠ .

(١٤) عـــبد الرحـــيم أحمـــد سليمان درويش : معالجة الأفلام السينمائية المصرية التى يعرضها التليفزيون للقضايا الاجتماعية وأثرها على الشباب ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة)، ٢٠٠٢ .

(١٥) أمـــيرة سمير طه : دور المسلسلات العربية التليفزيونية فى إدراك الشباب المصرى للمشكلات الاجتماعية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (القاهرة :كلية الإعلام - جامعة القاهرة)، ٢٠٠١ .

(١٦) ياســر عبد اللطيف : التعرض للدراما التى يقدمها التليفزيون ومستوى التطلعات لدى الشباب المصرى ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ١٩٩٨.

(١٧) ســهير صــالح إبراهيم : تأثير الأفلام المقدمة فى التليفزيون على اتجاه الشباب المصرى نحو العنف ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ١٩٩٧.

(١٨) حــنان عزت أحمد : تأثير المسلسلات الأمريكية الاجتماعية على إدراك طلاب المدارس الثانوية للعلاقات الاجتماعية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ١٩٩٥.

(١٩) حســن عمــاد مكاوى : أثر الإنماء التليفزيونى فى إدراك الشباب للواقع : دراسة مسحية لعينة من طلاب الجامعات المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثانى ، ص ص ٥٥ - ٧٣ .

(٢٠) عزة عبد العظيم : تأثير الدراما التليفزيونية على إدراك الواقع الاجتماعى للأسرة المصرية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ٢٠٠٠.

(٢١) بــركات عــبد العزيز محمد : صورة الأسرة المصرية كما تعكسها مسلسلات التليفزيون ، مجلة كلية التربية بدمياط ، العدد الحادى والعشرون ، الجزء الثانى ، ١٩٩٤ ، ص ص ٣ - ٤٨.

(٢٢) بارعــة حمــزة شــوقى : تأثير التعرض للدراما الأجنبية فى التليفزيون على إدراك الشباب اللبنانى للواقع الاجتماعى ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام ، جامعة القاهرة) ، ١٩٩٩.

(٢٣) كمــال بديــع الحــاج : تــأثير المواد التليفزيونية الأجنبية على إنتاج المواد الثقافية فى التليفزيون المصرى والســورى فى ظــل العولمــة ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ٢٠٠٢.

(٢٤) عــبد اللطــيف العوضى : التليفزيون السعودى وإدراك الاتجاهات الاجتماعية وفقاً لنظرية الغرس الثقافى ، العدد الثامن ، مجلة بحوث الاتصال ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ١٩٩٢، ص ص ١٥٩ - ١٨٣.

(٢٥) عبد الرحيم محمد بدر الدين الغلاييني : تدفق المضمون الدرامى العربى والأجنبى فى التليفزيون ، دراسة تحليلية وتطبيقــية على تليفزيون الكويت ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ١٩٩١.

(26) Rouner, Donna, Active Television Viewing and the Cultivation Hypothesis, Journalism Quarterly, 1982, pp. 168 - 174.

(27) Carveth, Rodney & Alexander, Alison, Soap Opera Viewing Motivation and the Cultivation Process, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol.29, No.3, Summer 1985, pp. 259 - 273.

(28) Perse, M. Elizabeth, Soap Operas Viewing Patterns of College Students and Cultivation, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol. 30, No.2, spring 1986, pp. 175 - 193.

(29) Potter, Jand Chang Chine, I. K., TV Exposure Measures and the Cultivation Hypothesis, Journal of Broadcasting, Vol. 34, No. 3, pp. 313 - 333.

(30) Kang, J.G & Morgan, Micheal, Culture Clash: Impacts of U.S. Television in Korea, Journalism Quarterly, Vol. 65, 1988, pp. 431 - 438

(31) Sancho, Aldridge, Gunter Jane & Barie, Effects of Drama Series Upon Public Impression About Psychiatrists, Psychological Reports, Vol. 74, London, England, 1994, pp. 163 - 178.

(32) Schram, Psychological Processes Underlying Cultivation Effects- Further Tests of Construct Accessibility, Human Communication Research, Vol.22, No.4, 1996, pp. 482 - 509.

(33) Wernever J. Severin and Jamy W. Tankard J.R. Communication Theories, New York: Hasting House Publishing, 1982, p.290.

(34) Phillip Lee. Communication For All, New York, Orbis Books, n.d.p.3.

(35) Denis McQuall, Mass Communication Theory, and London: Sage Publication, 1989. p. 283.

(٣٦) أميرة سمير طه ، مرجع سابق ، ص ٧.

(٣٧) عادل فهمى البيومى : دور التليفزيون المصرى فى تكوين الوعى الاجتماعى ضد الجريمة – دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة) ، ١٩٩٥ ، ص ص ٧ – ٨.

(٣٨) أميرة سمير طه ، مرجع سابق .

(٣٩) عادل فهمى البيومى ، مرجع سابق ص ٨ – ١٢ .

(٤٠) أميرة سمير طه ، مرجع سابق ، ص ص ٢٥ – ٢٩ .

(41) Perse, Elizabeth M., Op.Cit., pp. 177-178.

(42) Rossler, Patrick, and Brosius, Hans Bernd, Do Talk Shows Cultivate Experiment, Journal of Communication, Vol. 51, No. 1, March 2001, pp. 143 - 163.

(43) Ibid, pp, 147 - 148.

(44) Potter, W. James, Op.cit., p.24.

ملحق بأهم الأفلام والمسلسلات التى تم تحليلها :

أولاً – الأفلام :

الباطنية – المراهقات – المزاج – بنات اليوم– مجرم مع مرتبة الشرف – استاكوزا– الرجل الثالث – القاهرة ٣٠ – المتوحشة – الراعى والنساء – القتل اللذيذ – المرأة والساطور– دماء على الأسفلت – السجينتان – خدعتنى امرأة – الأســـطى حســـن – امرأة تدفع الثمن–إشاعة حب – الصاغة – أنا وهو وهى – امرأة وخمسة رجال – عندما يبكى الرجال – غريب فى بيتى – أحلام ضائعة – أبناء الشيطان – حلاق السيدات .

ثانيًا – المسلسلات :

حكايـــا – قلة ذوق وكثرة أدب – ناس وناس – ملك روحى – شمس يوم جديد – رحلة بو بلال– على الدنيا السلام – قلة ذوق وكثرة غلبة – الأحلام البعيدة – يوم آخر .

ثالثاً – تمثيليات السهرة :

الميراث – سلامتك – الكمبيوتر – الأجل .

استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية

دراسة ميدانية

فوزية عبد الله العلى(*)

مقـــــدمة :

إن وضع المرأة فى أى مجتمع يمثل أحد المعايير الأساسية لقياس درجة تقدم ذلك المجتمع ، كما أنه من غير المتوقع أن يتقدم مجتمع ما فى العصر الحالى تقدماً مرموقاً تاركاً وراءه النصف من أفراده فى حالة مـــن التخلف والجهل ، وعلى هذا الأساس ، فإن تقدم المجتمعات يعتمد بصفة أساسية على مدى تقدم المرأة ومتابعتها لمسيرة النهضة جنبًا إلى جنب مع الرجل(1) .

ولقد عمدت دولة الإمارات منذ قيامها على تنمية مواردها البشرية ، الأمر الذى أخرج المرأة من إطارهـــا التقليدى المنحصر فى البيت إلى آفاق العمل والبناء بجانب الرجل ، وأصبحت المرأة فى الوقت الحاضـــر جـــزءاً أساسيًّا فى القوى الإماراتية العاملة والمنتجة، وشغلت المناصب العليا بما تتماشى مع الشهادات العلمية العالية التى حصلت عليها(2) .

ومما لا شك فيه ، أن المرأة فى مجتمع الإمارات تحظى الآن باهتمام من قبل الدولة ولو كان محدوداً، حيـــث تـــنهض الأيديولوجـــيات العامـــة على ضرورة مشاركة المرأة فى عمليات البنية الاقتصادية والاجتماعية ، ويدعم ذلك الاهتمام من خلال إتاحة بعض فرص العمل المناسبة من المنظور الاجتماعى للمرأة(3).

وشهدت دولة الإمارات على امتداد السنوات الأخيرة تطوراً ملحوظاً فى مجال الثقافة بصفة عامة، وثقافة المرأة على وجه الخصوص ، وساعد على ذلك الروافد الثقافية من جرائد ومجلات ومحطات إذاعية مرئية ومسموعة ومحطات ثقافية ، والتى كان لها دور مهم فى حياة المرأة الإماراتية وتثقيفها وتطويرها ، بما تقدمه من مضامين صحفية وإذاعية وتلفزيونية .

(*) أستاذ مساعد – قسم الإذاعة ، كلية الاتصال – جامعة الشارقة .

مشكلة البحث والتساؤلات التى يسعى البحث للإجابة عنها :

تتبلور مشكلة البحث فى معرفة مدى تعرض المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية، وتلبية احتياجاتها فى الحصـــول على المعلومات والمعرفة والترفيه ، فى خضم القنوات الفضائية، والدور الذى يمكن أن تؤديه تلك القنوات فى تزويد المرأة الإماراتية بما يجرى فى المجتمع ، سواء على المستوى المحلى أم على المستوى العالمى ، لكى تتمكن من إشباع احتياجاتها ودوافعها ، وفى نفس الوقت تساهم فى مدها بالقدرة على اتخـــاذ القـــرارات المناســـبة فى مواجهة المعضلات التى تواجهها ، وتحقق أهدافها المختلفة من نفسية واجتماعية .

وتكمن أهمية المشكلة فيما يأتى :

١- مدى التعرض لتلك القنوات والوقت الذى تقضيه أمام تلك الفضائيات

٢- نوعية القنوات المفضلة لدى المرأة الإماراتية، وأسباب التفضيل .

٣- نوعية البرامج المفضلة لدى المرأة، وأسباب التفضيل .

٤- الدور الذى تقوم به القنوات الفضائية، وإمدادها للمرأة بالمعرفة على المستوى المحلى والعالمى .

٥- إشـــباع الحاجات العقلية للمرأة إن وجدت ، من خلال تعرف مدى اعتمادها على تلك القنوات الفضائية ، ومقدار الوقت الذى تقضيه ، ونوع المضمون الذى تتعرض له .

٦- تعرف مدى اهتمام القنوات الفضائية بمشاكل المرأة واهتماماتها المختلفة .

٧- تعرف مدى استفادة المرأة من التعرض للقنوات الفضائية سواء المعرفية منها أم السلوكية .

٨- تعرف توفير معلومات دقيقة للمسؤولين ومتخذى القرار ، فى محطات القنوات الفضائية الوطنية ، عن الاحتياجات المختلفة للمرأة الإماراتية من القنوات الفضائية .

٩- رأى المـــرأة فى تلـــك الفضائيات ، مع إبداء رأيها فى نوعية البرامج التى تريدها ، والتى توجد من خلال تلك الفضائيات .

الدراسات السابقة :

لقد قامت الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع البحث ، ألا وهو مدى تعرض المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية ، وتبين ندرة وجود البحوث المتصلة مباشرة بموضوع هذا البحث فى دولة الإمارات ، حيث اقتصرت الدراسات السابقة على خمس دراسات ، هى التالية:

١- دراسة استطلاعية عن المرأة فى بعض البرامج الثقافية بتليفزيون دولة الإمارات ، وأهم ما توصلت إلـــيه الدراســـة هو العمل على زيادة الإنتاج المحلى ، من البرامج التليفزيونية الثقافية التى تتعرض للمشـــاكل والقضايا التى تعانى منها المرأة ، بما فى ذلك القضايا الاجتماعية ، وأوصت الدراسة إلى ضـــرورة الإكثار من البرامج الثقافية العامة، وتخصيص مساحة أكبر فى الخريطة البرامجية ، وأهمية اتصال المشكلات التى تعرض لها من خلال التليفزيون بالواقع المحلى والاجتماعي، حتى يتسنى وضع الحلول لتلك المشاكل والموضوعات الاجتماعية[٤] .

٢- دراسة أخرى قامت بها الباحثة حول برامج المرأة فى محطات التليفزيون فى دولة الإمارات والولايات المتحدة الأمريكية دراسة تحليلية مقارنة ، وكان أهم ما توصلت إليها الدراسة هو :

إن بـــرامج المـــرأة وموضوعاتها فى الولايات المتحدة أفضل بكثير من برامج المرأة فى محطات التلـــيفـــزيون فى دولة الإمـــارات ، كما اتسمت تلك البرامج بمشـــاركة المرأة فى تناولها ، حتى تكون قريبة من واقعها ، كما أنها ذات مستوى رفيع من ناحية الإخراج والإنتاج والمضمون الذى تناولته[٥] .

٣- دراســـة أخـــرى تحليلـــية : قامت بها الباحثة أيضاً حول برامج المرأة فى محطات الراديو فى دولة الإمـــارات عـــام ١٩٩٢م ، وأهـــم ما توصلت إليه الباحثة من نتائج هو عدم الاستعانة بالخبراء والمتخصصـــين فى إنتاج البرامج من ناحية، ومن ناحية أخرى قلة البرامج التى تحتوى على التعليم والـــثقافة، وعدم تنوع القوالب الفنية ، إذ أثبتت الدراسة أن معظم البرامج تقدم بقالب الحديث المباشر وعدم مشاركة المرأة فى هذه البرامج التى تعنيها[٦] .

٤- دراســـة أخـــرى قامت بها الباحثة أيضاً فى عام ٢٠٠١ وهى علاقة المرأة بوسائل الإعلام ، حيث أجريت على عينة قدرها ٣٠٠ مفردة من مختلف الطبقات والمستويات العلمية والاجتماعية ، وأهم ما توصلت إليه الباحثة أن معظم أفراد العينة تشاهد التليفزيون ، وبعضها تستمع إلى الراديو ، ثم إلى الوسائل المطبوعة ، ومن ثم وسائل الإعلام الأخرى من سينما والشبكة العالمية .. إلخ.

وأهم التوصيات التى خرجت بها الدراسة هى : زيادة الاهتمام ببرامج المرأة وزيادة نسبتها فى جميع وسائل الإعلام من مرئية ومسموعة ومطبوعة ، حيث أثبتت الدراسة الميدانية ضعف الاهتمام ببرامج المرأة فى تلك الوسائل[٧] .

٥- دراسة أخرى قامت بها الدكتورة "هبة السمرى" عن دور المرأة الإماراتية فى مجال الإعلام المرئى ، حيـــث أجريـــت الدراسة لمعرفة الدور الحالى والمستقبلى للمرأة الإماراتية فى مجال الإعلام المرئى

(الـــتلفزيون) وقـــياس درجة الوعى المتوافر لديها بأهمية دورها فى مجال الإعلام والصعوبات التى تواجههـــا فى مجال العمل وتعيقها عن القيام بدورها على أكمل وجه . وقد بينت أهم النتائج أن للإماراتية دورًا ملحوظًا فى مجال الإعلام المرئى ، كما أنها نجحت فى الوصول إلى مكانة متميزة ، فى حين أن البحوث فى مجال العمل الإعلامى جاءت بمبادرة شخصية وليس بتكليف من الرؤساء ، عـــلى الرغم مما يواجهها من صعوبات ، وأخيراً : إن لإعلاميات المستقبل رؤية تعكس مستقبلا أكثر تميزاً وازدهاراً للمرأة الإماراتية فى مجال الإعلام المرئى(٨) .

تساؤلات الدراسة :

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية :

- ما مدى تعرض المرأة للقنوات الفضائية بشكل عام والقنوات الوطنية بشكل خاص ؟
- ما متوسط الوقت الذى تقضيه المرأة أمام الفضائيات ؟
- ما نوعية المضمون الذى تتعرض له المرأة من تلك القنوات الفضائية ؟
- ما أهداف تعرض المرأة لتلك القنوات، وما مدى ارتباط علاقة المرأة بمشاهدة القنوات الفضائية ، ومدى مناقشتها مع زميلاتها لتلك القنوات وما تقدمه من برامج ؟
- ما مدى اهتمام المرأة بوضع برامج خاصة لها فى القنوات الفضائية ، وما مدى استفادتها من تلك البرامج ؟
- ما مدى اهتمام القنوات الفضائية الوطنية بالمرأة فى برامجها ؟
- ما آثار تعرض المرأة لتلك القنوات الفضائية نفسيًا واجتماعيًا وسلوكيًا ؟
- ما ترتيب القنوات الفضائية حسب تلبيتها لاحتياجات المرأة ؟
- ما القناة الفضائية التى تعتمد عليها المرأة فى تلبية احتياجاتها وفى حل بعض المشاكل التى تواجهها ؟

نوع البحث و منهجه :

تحددت مشكلة هذا البحث ، ومن ثم نوعه ، فى تعرف عادات تعرض المرأة للقنوات الفضائية فى دولة الإمارات وأنماطها، واستطلاع الآراء حولها شكلاً ومضموناً.

ويعد هذا البحث من البحوث الاستطلاعية التى تهدف إلى الكشف عن ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر ، وإلقاء المزيد من الضوء عليها . ويمثل هذا النوع من الدراسات الخطوة الارتيادية الأولى

فى عملية البحث العلمي. ووفقاً لذلك ، فإن هذا البحث يسعى إلى تعرف مدى إقبال المرأة على القنوات الفضائية وعادات وأنماط التعرض لهذه القنوات، كما يسعى إلى اكتشاف العلاقات بين الحقائق التى يتم استنباطها وبعض الخصائص الاجتماعية والاتصالية للمبحوثين والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمى والسن والمنطقة.

ويعتمد هذا البحث على التكنيك الإحصائى فى العد والقياس واستخلاص المؤشرات التى يستند إليها فى الاستدلال ، ويستخدم فى الوقت نفسه التحليل الكيفى ، بالإضافة إلى التحليل الإحصائى لاستكمال جوانب الدراسة وتفسير النتائج(٩)

واعتمدت الباحثة على منهج المسح ،حيث تم القياس بدراسة ميدانية فى إطار منهج البحث من خلال عينة مكونة من ٢٠٠ مفردة من مجتمع الإمارات ، وتمثل المرأة العاملة وربات البيوت .

عينة البحث :

وتم استخدام أسلوب العينة المتاحة Available sample ، فى إطار نوع العينات غير الاحتمالية، (Non probability sample) تماشيًا مع مقولة عالم مناهج البحث "راج" الذى يرى أن الخصائص والظواهر والسمات إذا ماكانت موجودة فى أى نوع من العينات(١٠). وقد عمدت الباحثة أن تتضمن العينة مستويات علمية واجتماعية واقتصادية مقارنة وفئات عمرية مختلفة بقدر المستطاع، من حيث الإقامة حيث يقمن فى الحضر والريف. وبالنسبة للحضر تم اختيار ثلاث مدن تمثل المستويات الاجتماعية والاقتصادية (العالية والمتوسطة والمنخفضة) وهى : أبوظبى والشارقة ودبى، أما بالنسبة للريف فقد اختيرت المناطق التالية : سويحان والفجيرة وخورفكان ودبى الحصن ، وبلغ عدد مفردات العينة ١٣٥ من الحضر مقابل ٦٥ من الريف .

أسلوب جمع البيانات :

فى إطار منهج المسح صمم استبيان يتضمن تساؤلات الدراسة ، ويشمل : مجموعة الأسئلة التى تعكس أهداف البحث وتساؤلاته ، وتضمن الاستبيان أسئلة عن مدى تعرض المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية ، ومدى استفادتها من تلك القنوات ، وأهمية ونوع المحتوى الذى تتضمنه تلك القنوات ، كما تضمن الاستبيان أسئلة أخرى تبين مدى استخدام تلك القنوات فى التفاعل الإيجابى ، الذى يبرز من خلال البحوث مع آخرين حول ما تعتمد عليه المرأة .

وأخيراً ، أثار تعرض المرأة للقنوات الفضائية المعرفية والاجتماعية والسلوكية فى تلبية احتياجاتها .

تحديد نوع الاستبيان :

رأت الباحثة إمكانية تسليم الاستبيان للمبحوثين لتتولى كل مبحوثة ملء الاستبيان بنفسها ؛ لأنها درست مناهج البحث .

خطوات إعداد الاستبيان :

تم تصـــميم الاستبيان فى صورته الأولية من خلال معايشة الباحثة للقنوات الفضائية، ومر إعداده بالخطوات والشروط العلمية المتبعة .

دراسة الاستبيان ومراجعته منهجيًا وعلميًا :

عـــرض مشـــروع الاستبيان على مجموعة من الأساتذة فى الاتصال والخبراء فى موضوع البحث، والمتخصصين فى مناهج البحث العلمى ، والإعلام لمراجعته منهجيًا وعلميًا لتحقيق عدة أهداف، منها : دراسة الشكل العام للاستبيان ، ومراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على مدى تغطية الأسئلة لأهداف البحث(١١) .

الاختبار القبلى :

اختبر الاستبيان بواقع ١٠% من المجتمع الأصلى الذى ستجرى عليه الدراسة الميدانية لتعرف مدى وضـــوح الأســئلة بصفة عامة وقياسها ، لما هو مطلوب قياسه وتعرف الأسئلة التى قد تسبب حرجاً للمـــبحوث ، أو يحـــاول عدم إسهامه فيها ؛ لإعادة صياغتها وتركيبها بطريقة لا تسبب هذا الحرج للمبحوث .

أسلوب تحليل البيانات :

اعتمدت خطة التحليل الإحصائى لبيانات الدراسة الميدانية على استخراج وحساب النسب المئوية للإجابـــات المختلفة ، وترتيب بعض الإجابات ، وقياس العلاقة الارتباطية بين مفردات كل استمارة للمـــتغيرات التعليمية والجنسية والحالة الوظيفية باستخدام عدة مقاييس إحصائية ، من أهمها : معنوية الفروق بين النسب ، واختبار (كا٢) ومعامل الارتباط " سبيرمان " .

الإعداد النهائى وتطبيق الإستمارة :

أعـــدت استمارة الاستبيان بشكلها النهائى بعد مراجعتها ، والبدء فى تطبيقها على العينة لتقديمها دون أية عقبات .

المرأة فى دولة الإمارات

يقاس تقدم المجتمعات بعدة أمور ، يستقدمها ما تحرزه المرأة من تقدم فى مختلف المجالات ، فالمرأة تمثل نصف الطاقة الإنتاجية فى أى مجتمع ، وهى العائل الرئيسى المؤثر فى التنشئة الاجتماعية [١٢].

ولقـــد كان دور المرأة الإماراتية قبل اكتشاف النفط وانتشار التعليم ، ينحصر فيما أتيح لها من أنشطة خاصة بالطبقات الدنيا المنتجة ، فقد ساهمت " زوجة الغواص " بمساهمة فعالة فى حياة مجتمعها الصـــغير حســـب الحاجـــة وندرة مصادر الدخل. كانت المرأة تساعد زوجها فى العمل بجانب قيامها بالأعمـــال المنزلية ، كما كانت تقوم ببعض الأعمال التى تدر عليها ربحاً ، حيث كانت تقوم بحياكة الملابس لنساء الحى أو التجارة فى سلع بسيطة، وتربية الماشية أو الأغنام ، أما دور المرأة فى الأسر الغنية، فقـــد كان يقتصر غالباً على الإنجاب والتنشئة الاجتماعية ، حيث إن الخادمة كانت تقوم بأداء معظم الأعمال المنزلية ، هذا وتكاد معظم التنديدات التى اهتمت بعمل المرأة إلى أن الدافع الرئيسى لهذا العمل هـــو الحاجـــة الاقتصادية ومحدودية موارد الأسرة، وغيبة الزوج فى العمل بعيداً عن بيته ، وأن عملها فرضـــته الظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع، وهذا حدث بشكل تلقائى دون مقاومة أو رفض واضح ، فقد تقبل المجتمع عمل المرأة فى المهن التى حددها فى إطار السياق الاجتماعى والاقتصادى[١٣] .

واهتمـــت دولة الإمارات العربية المتحدة اهتماماً بالغاً بالنهوض بالمرأة انطلاقاً من الإيمان بدورها الحيوى فى عملية التنمية والبناء والتحديث ، ويؤكد صاحب السمو "الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان" رئـــيس الدولة باستمرار دعمه ومساندته للمرأة التى يقول: "إنها أثبتت جدارتها وقدرتها على الإنجاز فى كل مجال وموقع تواجدت فيه". ولقد أكد سموه الدور المهم للمرأة فى عملية البناء والتنمية ، يقول: "إن للفـــتاة الحـــق فى العمل فى جميع المجالات ، ولا سدود أمامها ، وأملى فى اليوم الذى أرى فيه الطبيبة والمهندســـة والدبلوماسية بين فتيات الإمارات ، كما أننى أتطلع إلى اليوم الذى أرى فيه فتاتنا ، وهى تقوم بواجبها وتلعب الدور الذى لعبته الفتيات العربيات فى الدول الشقيقة"[١٤].

ولقـــد تعزز دور المرأة الإماراتية فى الربع الأخير من القرن الماضى ، واكتسبت أبعاداً جديدة مع تطـــور دولـــة الإمارات ؛ إذ حظيت المرأة الإماراتية بكل تشجيع والتأييد من صاحب السمو رئيس الدولـــة وإخوانه أصحاب السمو أعضاء المجلس الأعلى حكام الإمارات ، وقد قال سموه لحظة إعلان الاتحاد : لا شيء يسعدنى أكثر من رؤية المرأة الإماراتية تأخذ دورها فى المجتمع وتحقق المكان اللائق بها. ويجـــب ألا يقـــف شيء فى وجه مسيرة تقدمها ، وللنساء حق الرجال فى أن يتبوأن أعلى المراكز بما يتناسب مع قدراتهن ومؤهلاتهن .

ولقـــد نص دستور دولة الإمارات على أن المرأة تتمتع بكامل الحقوق التي يتمتع بها الرجل، كما اشتمل على بنود تؤكد مبدأ المساواة الاجتماعية ، وأن للمرأة الحق الكامل فى التعليم والعمل والوظائف مثـلها مـثل الرجل ، كما يشمل الدستور على ما نص عليه الإسلام فيما يخص حقوق المرأة ومسألة توريثها وتمليكها ، وهو ما كان معمول به أصلاً قبل قيام الاتحاد.[١٥] وجاء الدستور ليؤكده ، ولم تأل حـرم صـاحب السمو رئيس الدولة سمو "الشيخة فاطمة بنت مبارك" جهداً لتعزيز رؤية سموه لمجتمع حديث ، تتمتع فيه المرأة بكل حقوقها ضمن إطار عربى إسلامى أصيل ، إذ قامت سموها بتأسيس أول جمعية نسائية فى البلاد ، وهى جمعية المرأة الظبيانية ، فى الثامن من فبراير عام ١٩٧٣م .

ولقد اتبعت ذلك بخطوة أخرى فى عام ١٩٧٥م ، عندما قامت بتوحيد كل الجمعيات النسائية فى الدولة تحت مظلة جمعية واحدة وسميت : "اتحاد المرأة الإماراتية"، سعيًّا وراء ترسيخ دور المرأة وإكسابها نشاطاتها وفعالياتها[١٦] .

وباشر اتحاد المرأة الإماراتية بالعمل بتثقيف المرأة وتوعيتها عبر خطة شاملة لمحو الأمية ، إذ بعد أن قطـع شوطاً كبيراً فى هذا المجال، بدأ يركز على مفهوم التنمية الاجتماعية ككل ، وعلى حماية حقوق المرأة فى مواقع العمل وتوفير فرص العمل اللائقة بها .

ولقد رفع التعليم من مستوى وعى المرأة ، ووسع فرص العمل أمامها، ومن ثمَّ إمكانة مساهمتها فى التنمـية العامـة ، وعلى الرغم من انخفاض نسبة الأمية مع بداية السبعينيات انخفاضاً ملحوظاً إلا أن مساهمة المرأة الإماراتية فى أسواق العمل ظلت ضئيلة، ويرجع ذلك إلى إقبالها على التعليم[١٧] .

ويســتند تعليم المرأة فى دولة الإمارات إلى مجموعة من المؤتمرات القانونية ، التى تؤدى إلى تعيين المواطنة المؤهلة والمدربة التى تستطيع المساهمة فى تنمية الوطن بكافة المجالات .

وقد ساهمت دولة الإمارات فى مناقشة قضية القضاء على جميع أشكال التميز ضد المرأة ، وأقرتها الأمـم المتحدة ، ومن ثم وقع عليها – وهى : مظاهر اهتمام الدولة بتعليم المرأة . لقد ظهرت النتائج الإحصائية فى عام ١٩٨٦ أن نسبة الأمية فى صفوف المرأة فى دولة الإمارات بلغت ٩١,١% وأن تلك النســبة بلغت ٩٩,٤ % فى الفئة العمرية ٦١ سنة فأكثر وقد انخفضت تلك النسبة إلى ٣٤,٩٧% فى عـام ١٩٨٠ وإلى ما دونه ٣٠% عام ١٩٨٥ ، لقد فتحت المدارس أبوابها لتقبل آلاف الطلاب من الجنســين. والملاحظ أن نسبة الإناث من الطلبة قد تزداد باستمرار فقد كانت تلك النسبة ٣٩,٢٠% عـام ١٩٧٣ ، وارتفعت إلى ٦٠,٨٩% فى عام ١٩٨٤ وإلى ٤٨,٩ فى عام ١٩٨٦ ، وترتفع نسبة الإناث فى المرحلة الثانوية حيث تبلغ ٥١,٥% من إجمالى الطلاب لكل مرحلة .

وأن نسبة الإناث فى التعليم العام كنسبة الذكور آخذة فى التزايد المستمر ، فبينما كانت النسبة عام ١٩٧٠ / ١٩٧١ تساوى ٣٩% تطورت إلى حوالى ٤٧% فى العام الدراسى ١٩٨٤/١٩٨٥، ويدل هذا المؤشر على عموم التنمية التى ارتفعت بقيام الاتحاد كما دلت على أن الطريقة التقليدية بالنسبة لتعليم المرأة قد أخذت طريقها إلى الزوال[١٨] .

وشكلت جامعة الإمارات طفرة نوعية بالنسبة لتعليم المرأة ، حيث كانت العادات والتقاليد قد حالت أحياناً دون إرسال الفتيات للتعليم فى الجامعات العربية والأوروبية ، وقد زالت تلك الحقبة مع تنامى جامعة الإمارات حيث خرَّجت ٤١,١% من إجمالى خريجى تلك السنة فى عام ١٩٨٥/١٩٨٦.

وفى العام الدراسى ٢٠٠٠ بلغ عدد المسجلين فى الجامعة ١٥,٠٠٠ طالبة منهم ٧,٥٠٠ ذكر بنسبة ٣٠ % والبقية إناث بنسبة ٧٠% ، وهذا يدل على مدى التقدم الذى أحرزته المرأة فى مجال التعليم فى دولة الإمارات[١٩] .

إذًا ، أصبح لافتا للأنظار أن النساء يمثلن العدد الأكبر من طلاب جامعة الإمارات وكليات التقنية العليا ، وقد انعكس كل هذا على رفع واقع العمل بنسبة متنامية فى النساء ، حيث تضاعف عدد الموظفات أربع مرات فى المدة ما بين ١٩٨٠ – ١٩٩٠ وبنسبة ٥,٠٣% و ١٦,٠٣% على التوالى .

وعلى الرغم من أن معظم الموظفات يعملن فى القطاع العام ، ولاسيما فى دوائر الصحة والتعليم والخدمات، إلا أن ذلك لا ينفى وجود نسبة من المتخصصات فى الهندسة والعلوم والتكنولوجيا والمعلومات والقانون والتجارة وصناعة النفط والإعلام ، ويعملن فى قطاعات أخرى ؛ إذ لوحظ إقبال النساء الإماراتيات على الوظائف فى الشرطة والجيش، وأصبحت هناك مدرسة عسكرية خاصة لنساء الإمارات سميت بأسماء الفارسات العربيات المجيدات من أمثال : "خولة بنت الأزور" .. وتشرف كلية خولة العسكرية على تدريب النساء اللواتى بدأت أفواجهن تتوالى منذ عام ١٩٩٢م إذ شهد تخريج ٥٩٠ امرأة بعد دورة تدريبية استمرت ستة أشهر ، تضمنت إلى جانب التعليم النظرى ، تدريباً عسكريًا منظماً . ويمكننا القول : إن المرأة فى دولة الإمارات مضطلعة بدورها[٢٠] على أكمل وجه ، وأنها استطاعت أن تواكب كل التطورات التى شهدت بدور صاحب السمو " الشيخ زايد وحرمه " فى هذا المجال، كما تحظى بالدعم الكبير من سمو " الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم " الذى يصر دائماً على أن المرأة نصف المجتمع ، وأن النساء فى كثير من الأحيان يقدمن أكثر مما يقدم الرجال[٢١] ، وأن وعى المرأة إذًا مؤشر مهم ، وأن تربية المرأة تربية سليمة ضمن ملامح شخصيتها تعمل على شحنها فى

مواجهة الحياة ، كما أن جهلها وعدم وعيها أفقدها القدرة على التكيف مع الظروف المختلفة. وكلما ارتفعت المرأة بمفهومها عن ذاتها ومهمتها فى هذا المجتمع وفهمت دورها فهما حقيقيًا وإيجابيًا ، كانت أقل عرضة للمرض وأكثر فرصة من الإفلات منه . والأكثر من ذلك ، أنه إذا كان الوعى انعكاسًا للواقع الاجتماعى والسياسى والاقتصادى والثقافى الذى تعيشه المرأة ، والتمثل فى وسائل الإعلام من إذاعة مرئية ومسموعة ومطبوعة وقنوات فضائية تلك الروافد المختلفة التى تنهض بها المرأة الإماراتية ثقافتها .[٢٢] من هنا جاء الاهتمام بضرورة تعرف مدى اعتماد المرأة الإماراتية على وسائل الإعلام عامة والقنوات الفضائية خاصة ؛ بهدف تعرف احتياجاتها الأساسية من هذه الوسائل اجتماعية ومعلوماتية وثقافية[٢٣] .

نتائج الدراسة الميدانية

علاقة المرأة الإماراتية بالقنوات الفضائية

جدول (١) : توزيع عينة الدراسة لمدى مشاهدة القنوات الفضائية .

بيان الإجابات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائمًا	١٣٦	٦٨	٧٥	٦٢,٥	٦١	٧٦,٢
احيانًا	٥٠	٢٥	٣٥	٢٩,١	١٥	١٨,٧
نادراً	١٤	٧,٠	١٠	٨,٣	٤	٥,٠
لا	صفر	صفر				
المجموع	٢٠٠	١٠٠	١٢٠	١٠٠	٨٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (١) ، والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

- أن معظم أفراد العينة المبحوثة تشاهد القنوات الفضائية بشكل دائم ، حيث يشاهد القنوات الفضائية دائماً بنسبة ٦٨ % من عينة الدراسة ، وتزيد نسبة المشـــاهدة بين غير الإماراتيات عن الإماراتيات (٧٦,٢% و٦٢,٥%) ، والفارق بين النسبتين غير معنوى بمستوى ثقة ٩٥% إذ بلغت قيمة (ى) المحســـوبة٠،٤٣ وهى أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً لمتغير الجنسية بمستوى ثقة ٩٥% .

■ وعلى مستوى الجداول التفصيلية حسب المستوى التعليمى ٦٥,٥% بالنسبة للمتعلمات الحاصلات على مؤهل جامعى مقابل ٤٠,٥% بالنسبة لغير الجامعيات ، ولا توجد فروق جوهرية دالة إحصائيًا بين النسبتين عند مستوى ثقة ٩٥% ، وبالنسبة للحالة الوظيفية تبين أن هناك فروقاً بين أفراد العينة اللاتى يشـــاهدن القنوات الفضـــائية ، حيث بلغت نسبة المشـــاهدات اللاتى يعمـــلن ٥٩,٥% مقابل ٧٥,٥% بين اللواتى لا يعملن ، وهى فروق جوهرية دالة إحصائيًا إذ بلغت (ى) المحســـوبة (٢,٦) وهى أعلى من القيمـــة الجدولية (١,٩٧) المتنبئة بوجود عـــلامة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقـــة ٩٥% ، ويرجع ذلك إلى الفراغ لدى غير العاملات أكثر من العاملات حســـب انشغالهن بالعمل خارج المنـــزل .

القنوات الفضائية المفضلة

جدول (٢) : توزيع إجابات أفراد العينة حسب القنوات الفضائية التى تشاهدها .

بيان الإجابـــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
قنوات فضائية وطنية	٢٥	١٢,٥	٢٣	١٩,٩	٢	٢,٥
قنوات فضائية عربية	٢٣	١١,٥	١٥	١٢,٥	١٨	٢٢,٥
قنوات فضائية أجنبية	١٢	٦,٠	٧	٥,٨	٥	٦,٥٥
قنوات فضائية عربية / أجنبية	١٣٠	٦٥,٠	٧٥	٦٢,٥	٥٥	٦٨,٧
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (٢) والجداول التفصيلية على عدة نتائج من أهمها :

■ أن معظـــم أفـــراد العينة تشاهد القنوات الفضائية العربية / الأجنبية، حيث بلغت نسبتها ٦٥,٠% ويتساوى فى المشاهدة لتلك القنوات الإماراتيات وغير الإمـــاراتيات (٦٢,٥% ، ٦٨,٧%) وأن الفارق ليس دالاً إحصائيًا. (Z=١,٣)

■ وعلى مستوى الجداول التفصيلية تبين أن نسبة اللاتى يشاهدن القنوات الفضائية العربية والأجنبية فى أفـــراد العينة حسب المستوى التعليمى ٤٥,٧% بالنسبة للمتعلمات الحاصلات على مؤهل جامعى مقابل ٥٤,٣% بالنسبة لغير الجامعيات ، ولا توجد فروق جوهرية دالة إحصـــائيًا بين النســـبتين عند مســـتوى ثقة ٩٥% (Z=١,٧٤) ، بالنسبة للحالة الوظيفية تبين أن هناك فروقاً بين أفراد العينة

اللاتـــى يشاهدن القنوات الفضائية العربية والأجنبية ، حيث بلغت نسبة المشاهدة بين اللاتى يعملن ٢٧,٥% مقـــابل ٨٥,٥ بين اللاتى لا يعملن ، وهى فروق جوهرية دالة إحصائيًّا عند مستوى ثقة ٩٥% حيـــث إن (Z=٢,٥٦) ويعـــود ذلـــك إلى أن وقت الفراغ لدى غير العاملات أكثر من العاملات بسبب انشغالهن بالعمل.

جدول (٣) : توزيع أفراد العينة حسب ساعات المشاهدة اليومية للقنوات الفضائية والجنسية .

بيان الإجابـــــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
من ١ – أقل من ٣ ساعات	٦٥	٣٢,٥	٣٥	٢٩,١	٣٠	٣٧,٥
من ٣– أقل من ٥ ساعات	١١٥	٥٧,٥	٧٥	٦٢,٥	٤٠	٥٠
أكثر من ٥ ساعات	٢٠	١٠,٠	٨	٦,٦	١٢	١٥,٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠	١٢٠	١٠٠	٨٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (٣) ، والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

- أن معظـــم أفراد العينة المبحوثة تشاهد القنوات الفضائية أكثر من ٣ ساعات فأكثر ، حيث تشاهد القنوات الفضائية أكثر من ٣ ساعات بنسبة ٥٧,٥% من عينة الدراسة ، وتزيد نسبة المشاهدة بين الإماراتـــيات عن غير الإماراتيات (٥٧,٥% ، ٣٢,٥%) غير أن الفارق غير دال إحصائيًّا عند مستوى ثقة ٩٩% حيث إن قيمة Z المحسوبة تساوى ٤,٤٨ أكبر من قيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين.
- وعلى مستوى النتائج التفصـــيلية تبين أن نسبة اللاتى يشـــاهدن القنوات الفضـــائية من أفراد العينة حســـب المســـتوى التعليمى (٣٩,١%) بالنسبة للمتعلمات الحاصلات على مؤهل جامعى مقابل ٣٧,٥% بالنسبة لغير الجامعيات، ولا توجد فروق جوهرية دالة إحصائيًّا بين النسبتين عند مستوى ثقـــة ٩٥%، بالنســـبة للحالة الوظيفية تبين أن هناك فروقاً بين أفراد العينة اللاتى يشاهدن القنوات الفضائية ، حيث بلغت نسبة المشاهدة بين اللاتى يعملن (٢٥%) مقابل (٧٥%) للاتى لا يعملن ، وهـــى فـــروق جوهرية دالة إحصائيًّا عند مستوى ثقة ٩٩% حيث إن (Z=٤,٤) ، ويعود ذلك إلى أن وقت الفراغ لدى غير العاملات أكثر من العاملات بسبب انشغالهن بالعمل .

القنوات الإماراتية المفضلة

جدول (٤) : توزيع إجابات أفراد العينة حسب الوقت المفضل لمشاهدة القنوات الفضائية والجنسية .

بيان الإجابـــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
فترة الصباح	٤	٢,٠	٣٠	٢,٥	١	١,٢٥
فترة الظهر	٣٥	١٧,٥	١٥	١٢,٥	٢٠	٢٥,٠
فترة المساء	١٢٥	٦٢,٥	٧٥	٦٢,٥	٥٠	٦٢,٥
فترة السهرة	٢٠	١٠,٠	١٧	١٤,١	٣	٣,٢٥
حسب الظروف	١٥	٧,٥	٨	٦,٦	٧	٨,٧٥
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (٤) والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، أهمها :

- جاءت فترة المساء فى المرتبة الأولى حيث تبين أن ٦٢,٥% من أفراد العينة المبحوثة تشاهد القنوات الفضائية فى الفترة المسائية ، يليها وبفارق نسبى كبير فى المرتبة الثانية فترة الظهيرة بنسبة ١٧,٥% ثم فى المرتبة الثالثة فترة السهرة ١٠,٠% .

- وعلى مستوى النتائج التفصيلية بالنسبة للتقسيمات المختلفة للجنسية والحالة التعليمية لا توجد فروق جوهـــرية عند مستوى ثقة ٩٥% بين أفراد العينة إلا بالنسبة للحالة الوظيفية ، حيث ارتفعت نسبة اللاتى يعملن واللاتى لا يعملن فيما يتعلق بالمشاهدة خلال الفترة الصباحية، عند مستوى ثقة ٩٥% حيـــث إن(Z=٤,٤٨)، وحيث ارتفعت نسبة غير العاملات اللاتى يشاهدن القنوات الفضائية فى الفترة الصباحية بنسبة ٣٥,١% مقابل ٥٥,٠% اللاتى يعملن ؛ لوقت الفراغ المتوفر للاتى لا يعملن بعد أداء واجباتهن المنـــزلية .

جدول (٥) : توزيع إجابات عينة الدراسة حسب تفضيلهم للقنوات الفضائية الوطنية والجنسية .

بيان الإجابـــــــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
قناة الإمارات	١٢٧	٦٣,٥	٩٥	٧٩,١	٣٢	٤٠,٠
أبو ظبي الإقتصادية	١	٠,٥	١	١,٢٥	–	–
دبي الفضائية	١٣١	٦٥,٥	٨٥	٧٠,٨	٤٦	٥٧,٥
الشارقة الفضائية	٤٠	٢٠	١٥	١٢,٥	٢٥	٣١,٢
قناة أبو ظبي الرياضية	٥٣	٢٦,٥	٢٥	٢٠,٨	١٨	٢٢,٥
قناة دبي للدراما	١٦	٨,٠	٤	٣,٣	٤	٥,٠
أخرى تذكر	–	–	–	–	–	–
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (٥) ، والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

- تشـــير البـــيانات إلى أن قـــناة دبي الفضائية احتلت المكانة الأولى من بين القنوات الفضائية الوطنية المشاهدة ، حيث بلغت نسبة الذين يشاهدونها ٦٥,٥% بينما احتلت قناة دبي الفضائية المرتبة الثانية بنسبة ٦٣,٥% والفرق بينهما غير دال إحصائيا عند مستوى ثقة ٩٥% بينما جاءت بقية القنوات فى المرتبة الثالثة وبفارق نسبى كبير ، حيث بلغت نسبة المشاهدين لقناة أبو ظبي الرياضية ٢٦,٥% وقناة الشارقة الفضائية ٢٠% وقناة دبي للدراما ٨% ولا يوجد فارق نسبى بين هذه القنوات عند مستوى ثقة ٩٥% حيث إن (Z=٠,٨٨) .

- وعلى مستوى النتائج التفصيلية ، فقد تبين أنه توجد دلالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٥% حيث إن (Z=١,١٩) بين أفراد العينة من حيث مشاهدتها للقنوات الفضائية الوطنية حسب الجنسية والحالة التعليمية والحالة الوظيفية ، وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات التى أجريت على المرأة ، ومشاهدة الـــتلفزيون عمومـــاً فى دولـــة الإمارات وحيث أصبحت المشاهدة سلوكًا شائعًا ، بغض النظر عن المتغيرات السابقة[٢٤] .

جدول (٦) : توزيع إجابات عينة الدراسة حسب أسباب التفضيل للقنوات السابقة والجنسية .

بيان الإجابـــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
لديها برامج عن المرأة	١١٢	٥٦,٠	٨٥	٧٠,٨	٢٧	٣٣,٧
برامج ثقافية	١٥	٧,٥	٨	٦,٦	٦	٧,٥
تمدنى بالمعلومات والمهارات	٨٦	٤٣	٤٥	٣٧,٥	٤١	٥١,١
برامج ترفيهية	٥	٢,٥	٣	٢,٥	٢	٢,٥
مشاهدة برامج خليجية ومحلية تعكس الواقع ومجتمع الإمارات	٣٢	١٦,٠	٢٥	٢٠,٨	٧	٨,٧
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (٦) والجداول التفصيلية على نتائج ، أهمها :

- أن بـــرامج المرأة تأتى فى مقدمة أسباب تفضيل المرأة لمشاهدة القنوات الفضائية الوطنية حيث بلغت ٥٦,٠% ويليها سبب إمدادها بالمعلومات والمهارات فى المرتبة الثانية وبنسبة ٤٣,٠% ، ولا توجد فروق جوهرية دالة إحصـــائيا بين النسبتين عند مستوى ثقة ٩٥% ، وتلى ذلك مشـــاهدة برامج محلية وخليجية تعكس واقع الإمارات ، والبرامج الثقافية والترفيهية فى المرتبة الثالثة وبنسب ٧,٥% ، ٢,٥% ، ١٦,٠% ولا توجـــد أيضاً فروق جوهـــرية بينهـــا عند مســـتوى ثقة ٩٥% حيث إن (Z=١,٥٦).

- ويتضح من مراجعة الجدول السابق أن سبب التفضيل للقنوات وهو برامج المرأة والإمداد بالمعلومات والمهـــارات تأتى فى مقدمة التفضيل للمرأة من بين الأسباب المشاهدة، فى حين تأتى البرامج الثقافية والترفيهية والبرامج الوطنية الخليجية ، التى تعكس الواقع فى مؤخرة قائمة أسباب مشاهدة المرأة .

- أوضـــحت الجداول التفصيلية ازدياد نسبة المشاهدة للقنوات السابقة لدى برامج عن المرأة والإمداد بالمعلومات والمهارات بين المواطنات مقارنة بغير المواطنات بنسبة (٧٠,٨%، ٣٣,٧% ، ٥١,١%) بفـــروق دالـــة إحصـــائيًا عـــند مســـتوى ثقة ٩٥% ، بينما جاءت الفروق بين الجامعيات وغير الجامعـــيات (٦٣,٧%، ٦٤,٢%) ، واللاتى يعملن واللاتى لا يعملن (٨٠,١% ، ٨٥%) وهى فروق غير جوهرية إحصائيًا عند مستوى ثقة ٩٥%.

جدول (٧) : توزيع إجابات عينة الدراسة حسب القنوات العربية التى تشاهدها والجنسية .

بيان الإجابـــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
القناة الفضائية المصرية	١٢١	٦٠,٥	٨٥	٧٠,٨	٣٦	٤٥,٠
السعودية الأولى	٣٩	١٩,٥	٢٥	٢٠,٨	١٤	١٧,٥
الكويت	٩٦	٤٨,٠	٦٥	٥٤,١	٣١	٣٨,٧
البحرين	٩٥	٤٧,٥	٧٥	٦٢,٥	٢٠	٢٥,٠
الأردن	٢٥	١٢,٥	٥	٤٠,١	١٥	١٨,٧
الجزائر	٥	٢,٥	١	٠,٨	٤	٥,٠
تونس	١٣	٦,٥	٧	٥,٨	٦	٧,٥
المغرب	٢٢	١١,٠	١٠	٨,٣	١٢	١٥
ليبيا	١١	٥,٥	٥	٤,١	٦	٧,٥
السودان	١٢	٦,٠	٧	٥,٨	٥	٦,٢
اليمن	١٦	٨,٠	٨	٦,٦	٨	١٠,٠
سوريا	٢٧	١٣,٥	١٨	١٥,٠	٩	١١,٢
عمان	١٧	٨,٥	٩	٧,٥	٧	٨,٧
قطر	٦٥	٣٢,٥	٥٥	٤٥,٨	١٠	١٢,٥
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (٧) والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

- تبين أن أكثر القنـــوات الفضائية العربية تفضـــيلاً بالنسبة لأفراد العينة القناة المصـــرية ، حيث نالت (٦٠,٥%) وتليهـــا القناة الفضـــائية الكويتية بنســـبة (٤٨,٠%) والبحـــرين (٤٨,٠%) وقطر (٣٢,٥%) وبفارق نسبى كبير تليها القنوات الأخرى على التوالى : السعودية و الأردن ، و سوريا ، وعمـــان ، المغرب ، بالنســـب التالية (١٩,٥% - ١٢,٥% - ١٣,٥% - ٨,٥% - ١١%) ربما يعود ذلك إلى شعبية تلك القنوات السابقة خصوصاً بين المواطنات إلى شيوع اللهجة المصرية بين أبناء العينة منذ الصغر عن غيرها من اللهجات العربية، وتنوع برامجها واحتوائها على الأفلام العربية والمسلسلات ، والتى تبين أن العينة تفضلها أكثر من غيرها من البرامج .

▪ وعلى مستوى النتائج التفصيلية تبين أن نسبة اللاتى يفضلن مشاهدة القنوات الفضائية من أفراد العينة حسب المستوى التعليمى ٥٥% بالنسبة للمتعلمات الحاصلات على مؤهل جامعى ٤٥,٨% ولغير المتعلمات ، ولا توجد فروق إحصائيًا بين النسبتين عند مستوى ثقة ٩٥% وبالنسبة للحالة الوظيفية تبين أيضاً أنه ليس هناك فروق بين أفراد العينة اللاتى يشاهدن القنوات الفضائية المصرية ، السعودية الأولى ، الكويت ، البحرين ، حيث بلغت نسبة المشاهدات اللاتى يعملن ٥٣,٤% مقابل ٧٥,٢% بين اللاتى لا يعملن ، وهى غير دالة إحصائيًا عند مســـتوى ثقة ٩٥% ، ويعود ذلك كما ذكرت لوجود وقت فراغ أكثر لدى غير العاملات .

جدول (٨) :توزيع إجابات أفراد العينة بالنسبة للقنوات الأجنبية المفضلة لدى المرأة والجنسية .

بيان الإجابـــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
C. N. N	١٣٠	٦٥,٠	٧٥	٦٢,٥	٥٥	٦٨,٧
TV5	٨	٤,٠	٣	٢,٥	٥	٦,٢
DW	٣٥	١٧,٥	٢٥	٢٠,٨	١٠	١٢,٥
B. B. C	٧٥	٣٧,٥	٤٥	٣٧,٥	٣٠	٣٧,٥
القناة الصينية	٣	١,٥	٣	٢,٥	٠	٠
M. T. V	١٥	٧,٥	٧	٥,٨	٨	١٠,٠
أخرى تذكر	–	–	–	–	–	–
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

يتبين من بيانات الجدول السابق (٨) والجداول التفصيلية عدة نتائج ، من أهمها :

▪ يشاهد قناة C.N.N من أفراد العينة ٦٥% أعلى نسبة بين القنوات الأخرى ويليها B.B.C بنسبة ٣٧,٥% والفرق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مســـتوى ثقة ٩٥% إذ بلغت (ى) المحسوبة ٢,٢٧ ، وهى أكبر من قيمة الجدولية ١,٩٦ ثم تليها القنوات الأخرى بفارق نسبى له دلالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٥% وهى على التوالىDW، TV5 ، M.T.V. ، القناة الصينية (٣,٠% ، ١٧,٥% ، ٧,٥% ، ١,٥%).

- واتضح أن تفضيل القنوات العاملة على أعلى نسبة وهى C. N. N ، B.B.C لشيوعها وانتشارها عالميًا فى إذاعة الأخبار والتفصيلات ، التى تحتويها والسبق الإخبارى الذى تتميز به عن القنوات السابقة.

- أوضـــحت النتائج التفصيلية أنه توجد فروق جوهرية دالة إحصائيًا على مستوى التعليم بلغت نسبة المتعلمات اللاتى يشاهدن قناة C. N. N. و B.B.C (٨٥,٥%) مقابل (٢٥,١%) لغير المتعلمات ، وعلى المستوى الوظيفى بلغت نسبة اللاتى يشاهدن القنوات السابقة (٣٥,٥%) مقابل (٦٤,٤%)، وهذا دليل على أن الوظيفة ليس لها علاقة نوعية المشاهدة ، حيث إن الفروق بين النسبتين ليس لها دالـــة إحصائية ؛ حيث إن (ى) المحسوبة بلغت ٥,١٨ أكبر من قيمة الجدولية ٢,٨٥ المنبئة بوجود هذه العلاقة الفارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٩%.

جدول (٩) : توزيع إجابات عينة الدراسة حسب نوعية المواد التى تتعرض لها والجنسية .

بيان الإجابـــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
نشرات أخبار	٢٣	١١,٥	٢٥	٢٠,٨	٨	١٠,٠
أفلام ومسلسلات	١٢٠	٦٠,٠	٧٥	٦٢,٥	٤٥	٥٦,٢
برامج الجمهور	٥٠	٢٥,٠	٣٥	٢٩,١	١٥	١٨,٧
برامج ثقافية	٩٠	٤٥,٥	٦٥	٥٤,١	٢٥	٣١,٢
برامج دينية	٣٥	١٧,٥	٢٥	٢٠,٨	١٠	١٢,٥
برامج رياضية	١	٠,٥	١	٠,٨	٠	٠
أغان ومنوعات	٣٢	١٦,٠	٢٥	٢٠,٨	٧	٨,٧
برامج المرأة	٥٢	٢٦,٠	٣٠	٢٥,٠	٢٢	٢٧,٥
مسرحيات	١٢	٦,٠	٨	٦,٦	٤	٥,٠
ترفيهية	٢٢	١١,٠	١٠	٨,٣	١٢	١٥,٠
أخرى تذكر	-	-	-	-	-	-
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (٩) والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، أهمها :

- أن نوعية الموضوعات التى تحرص المرأة - عينة الدراسة - على متابعتها فى القنوات الفضائية ، ويأتى فى مقدمتها الأفلام والمسلسلات بنسبة (٦٠,٠%) ، ويليها برامج ثقافية بنسبة (٤٥,٥%) ثم برامج المرأة (٢٦,٠%)، وبرامج الجمهور (٢٥,٠%)، ثم البرامج الدينية ، (١٧,٥%) ونشـــرات الأخبار (١٦,٥%)، ثم الأغـــانى والمـــنوعات (١٦,٠%) ، ثم البرامج الترفيهية (١١,٠%)، وتأتى برامج المسرحيات فى آخر قائمة متابعة المرأة بنسبة (٠,٥%) .

- ويقبل على مشاهدة الأفلام والمسلسلات (٦٠,٠%) ولا توجد فروق بين المواطنات وغير المواطنات والمشـــاهدة حيـــث بلغت النسبة ٦٢,٥% ، ٥٦,٢% عند مستوى ثقة ٩٥% ، وعلى المستوى التعلـــيمى تزداد نسبة غير جامعيات فى مشاهدة الأفلام والمسلسلات عن الجامعيات بنسبة ٢٥,٥ ، ٨٥,٢% والفـــرق دال إحصـــائيًا عند مستوى ثقة ٩٥% حيث(Z =١,٨٤) ، كما أنه بالنسبة لـــلموظفات تقل نسبة المشاهدة لديهن عن غير الموظفات بنسبة ١٥% إلى ٩٥% ، وهذا يعود إلى وقت الفراغ المتوافر لدى أفراد العينة من غير العاملات .

جدول (١٠) : توزيع إجابات عينة الدراسة حسب آثار تعرضها للقنوات الفضائية والجنسية .

بيان الإجابـــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
اكتساب مهارات	١٢٠	٦٠,٠	٧٥	٦٢,٥	٤٥	٥٦,٢
تدعيم قيم سائدة فى المجتمع	١٢٠	٦٠,٠	٨٦	٧١,٦	٣٤	٤٢,٥
مدى أولويات القضايا	٥	٢,٥	٣	٢,٥	٢	٢,٠٥
تساعدنى فى حل المشكلات التى تواجهنى	٦١	٣٠,٥	٤٠	٢٣,٣	٢١	٢٦,٢
	٤٥	٢٢,٥	٣٥	٢٩,١	١٠	١٢,٥
أخرى تذكر	—	—	—	—	—	—
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (١٠) ، والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، أهمها :

- يشير الجدول السابق إلى الآثار المترتبة على تعرض المرأة - عينة الدراسة - للقنوات الفضائية وتشير البـــيانات إلى أن تدعـــيم القيم السائدة واكتساب مهارات فى مقدمة الآثار المترتبة من تعرض المرأة

لجميع القنوات الفضائية محل الدراسة ، حيث بلغت نسبة ٦٠,٠% ويليها فى المرتبة الثانية اكتساب مهارات (٦٠,٠%) وتساعد فى حل المشكلات (٥٣٠,٥%) والفرق بينهما ليس له دلالة إحصـــائية عـــند مستوى ثقة ٩٥% ، وهذا دليل على أن القنوات الفضائية تلعب دورها فى المجتمع واكتساب المهارات .

- ولا فرق بين المواطنة وغير المواطنة فى التعرض لتلك الآثار ، والفروق بينها ليست دالة إحصائيًا عند مستوى ثقة ٩٥% ، وهى على التوالى (٦٢,٥%) و (٥٦,٥%) .
- وتدل الجداول التفصـــيلية على أنه على المستوى التعليمى والوظيفى لم توجـــد أية فروق جوهرية بين أفراد العينـــة للآثار ؛ نتيجة تعرضها للقنوات الفضـــائية حيث بلغت (٥٥,٥%) و (٦٢,٥%) و (٤٥,٨%) و (٦٥,٥%) وأما على المستوى الوظيفى غير أنه أيضاً لم توجد أية فروق حيث إن العاملة وغير العاملة أوضحت الآثار نفسها التى تعرضت لها من القنوات الفضائية .

جدول (١١) : توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً للقنوات الفضائية الإماراتية وتلبية احتياجاتها وحســـب الجنسية .

بيان الإجابـــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
دبى	١١٤	٥٧,٠	٩٥	٧٩,١	٢٠	٢٥,٠
الشارقة	٢٤	١٢,٠	٤٥	٣٧,٥	١١	١٣,٧
أبو ظبى	٢٥	١٢,٥	١٥	١٢,٥	١٠	١٢,٥
قناة الإمارات	٤٣	٢١,٥	٣٥	٢٩,١	١٠	١٢,٥
أخرى تذكر	—	—	—	—	—	—
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (١١) ، والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

- تبين أن معظم أفراد العينة تشـــاهد قناة دبى الفضائية لتلبية احتياجاتها، حيث بلغت نسبة المشـــاهدة (٥٧,٠%) واحتلـــت المرتبة الأولى ، وعلى مستوى المواطنة وغير المواطنة وجد أن هناك فروقًا دالة إحصـــائيًا عند مستوى ثقة ٩٥% حيث بلغت نســـبة المشاهدة بين المواطنات ٧٩,١% مقابل ٢٥,٠% غـــير المواطنات وتليها قناة الإمارات ٢١,٥% أبوظبى وبلغت ١٢,٥ % ، بينما احتلت قناة الشارقة بنسبة المرتبة الأخيرة ١٢,٠%.

- وعــلى مستوى الجداول التفصيلية نجد أنه لا توجد أية فروق جوهرية دالة إحصائيًا بين المتعلمات وغــير المتعلمات ٨٥,١% مقابل ٢٥,٢% ، وبالنسبة للعاملات وغير العاملات نجد أنه لا توجد فــروق جوهرية دالة إحصائيًا حيث بلغت النسبة ٤٥,٥% مقابل ٦٥,٥% ، وهذا دليل على أن معظم أفراد العينة سواء على المستوى الوظيفى أو التعليمى أو بين المواطنات وغير المواطنات يعتمدن على القنوات دبى الفضائية ، وقناة الإمارات فى تلبية احتياجاتهن .

جدول (١٢) : توزيع إجابــات أفراد العينة حسب اسباب اختيارها لتلك القنوات الفضائية .

بيان الإجابــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
بها برامج أكثر للمرأة	٧٦	٣٨,٠	٧٥	٦٢,٥	٣٠	٣٧,٥
برامج مسلية وترفيهية أكثر	٤٥	٢٢,٥	٢٥	٣١,٢	١٦	٢٠
تحتوى معلومات احتاجها فى حياتى اليومية	٣٥	١٧,٥	٢٠	٢٥,٠	١٥	١٨,٧
برامج ذات طابع محلى أكثر	٤٨	٢٤,٠	٤٥	٣٧,٥	٣٢	٤٠
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (١٢) والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

- أوضحت أفراد العينة أن سبب اختيارها لتلك القنوات يعود إلى احتوائها على برامج المرأة أكثر نسبة (٣٨,٠%) ، وتلــيها برامج ذات طابع محلى بنسبة (٢٤,٠%) ولا توجد فروق دالة إحصائيًا بين المواطنات وغير المواطنات بالنسبة لهذا السبب .

- ويــلى ذلك بفارق نسبى دال إحصائيًا للأسباب التالية تسلية وترفيهية، تحتوى على معلومات على التوالى ٢٠,٥% ، ١٧,٥% .

- وعــلى مستوى الجداول التفصيلية ، نجد أن هناك فروقًا جوهرية بالنسبة للمتعلمات وغير المتعلمات فــيما يتعلق بسبب اختيارهن للقنوات الفضائية ، وجاء السبب بأن برامج المرأة ، ذات طابع محلى خليجى أكثر بنسب تتراوح ما بين (٤٥,٥% ، ٣٨,٩%) مقابل (٣٥,٢% ، ٤٦,٥%) .

- وأمــا بالنســبة للحالة الوظيفية نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين العاملات وغير العاملات بسبب اختيارهن للقنوات الفضائية ؛ حيث بلغت النســب (٣٢,٧%) (٤٥,٨%) (٤٦,٨%) (٥٨,٩%).

▪ وهـــذا يـــدل على أن المرأة سواء كانت عاملة أو غير عاملة تهتم بنوعية البرامج ، التى تشاهدها فى القنوات الفضائية وعلى احتوائها على برامج المرأة واحتوائها على برامج محلية .

جدول (١٣) : توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حســب الاحتياجات التى تعتمد على القناة الفضـــائية لتلبيتها والجنسية .

بيان الإجابـــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
القضايا والمشكلات الإجتماعية	١١٢	٥٦,٠	٥٨	٤٨,١	٥٤	٥٦,٢
تربية الأطفال	١٠٣	٥١,٥	٦٥	٥٤,١	٤٧	٥٨,٧
معرفة الموضة	٥٠	٢٥,٠	٢٦	٢١,٦	٢٤	٣٠,٠
معرفة البرامج الثقافية	٧٧	٣٨,٥	٤٥	٣٧,٥	٣٢	٤٠
التوعية الأسرية	٣٤	١٧,٠	٢٠	١٦,٦	١٤	١٧,٥
التوعية السياسية	٥٨	٢٩,٠	٣٥	٢٩,١	٢٣	٢٨,٧
مشاكل صحية و نفسية	١٠٨	٥٤,٠	٥٦	٤٦,٦	٥٢	٦٥
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (١٣) والجداول التفصيلية على ما يلى :

▪ أن إقبال المرأة على مشاهدة القنوات الفضائية حسب احتياجاتها للقنوات الفضائية لتلبية حاجاتها هى القضايا والمشاكل ، جاءت أولى الحاجات التى تلبيها تلك القنوات ، حيث بلغت نسبتها ٥٦,٠% وتليها مشاكل صحية و نفسية بنسبة ٥٤ % والفرق بين النسبتين ليس دالاً إحصائيًا ، وهذا دليل عـــلى مدى أهمية هذه الاحتياجات بالنسبة للمرأة من مشاهدتها للقنوات الفضائية ، وعلى مستوى المواطـــنة وغير المواطنة لا توجد فروق جوهرية دالة إحصائيًا عند مستوى ثقة ٩٥% حيث بلغت النسبة كالتالى ٤٨,٨% ، ٥٦,٢% وبالنسبة ٥٤,١% و ٥٨,٧% المشاكل النفسية ٤٦,٦، ٦٥% وليســـت هـــناك فروق جوهرية بين النسبتين ، وهذا دليل على أن تلك الاحتياجات مهمة بالنسبة للمواطنة وغير المواطنة .

▪ أما بالنسبة للأسباب الأخرى وهى : معرفة الموضة والتوعية الأسرية ، والتوعية السياسية فقد جاءت على التوالى بنسب وبفارق نسبى ليست له دلالة إحصائية بينها وبين الأسباب السابق ذكرها ، حيث بلغت ٢٥,٥% ، ١٧,٠% ، ٢٩,٠% ، ٧,٥% .

■ وعـــلى مستوى الجداول التفصيلية نجد أنه بالنسبة للمســـتوى التعليمى والعاملات وغيرالعاملات ، فـــلا توجـــد أية فروق جوهرية بينها ؛ حيث إن معظمهم أبدوا الاحتياجات من القنوات الفضائية نفســـها ، وهذا دليل على أن حل المشكلات ، وتربية الأطفال ، والمشاكل النفسية تعانى منها المرأة أيـــنما كانت وظيفتها متعلمة أم غير متعلمة وموظفة أم غير موظفة، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة قامـــت بهـــا " د. ليـــلى حســـين " فى بحثها عن اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام فى تلبية احتياجاتها ، بالنسبة لتربية الأطفال والمشكلات المتعددة النفسية وغيرها .

جدول (١٤) : توزيع إجابات أفراد العينة حسب أهداف تعرضها للقنوات الفضائية والجنسية .

بيان الإجابـــات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
المشاركة فى الأحاديث الاجتماعية	١٧	٨,٥	١٢	١٠	٥	٦,٢٥
الحصول على معلومات	١٠٧	٥٣,٥	٦٥	٥٤,١	٥١	٦٣,٧
تعلم مهارات	٧١	٣٥,٥	٤١	٣٤,١	٣٠	٣٧,٥
التفقه فى الدين	٣١	١٥,٥	٢٥	٢٠,٨	٦	٧,٥
التسلية والمعرفة	٦١	٣٠,٥	٤٥	٣٧,٥	١٦	٢٠,٠
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

يتبين من الجدول السابق (١٤) والجداول التفصيلية ما يلى :

■ يشـــير الجـــدول (١٤) إلى بعض الأهداف التى يتعرض لها أفراد العينة للقنوات الفضائية ، ومنها : الحصـــول عـــلى معلومات ٥٣,٥% ، والتفقه فى الدين ١٥,٥% ، والتسلية والترفيه ٣٠,٥% ، وأخيرا المشاركة فى الأحاديث الاجتماعية ٨,٥% . وبالنسبة للمواطنة وغير المواطنة ، فلم توجد أية فروق جوهرية دالة بين العينتين فى الأهداف السابقة ، كما أنه على المستوى التعليمى والوظيفى لم توجـــد أية فروق جوهرية دالة إحصائيًا لأهداف العينة فى التعرض للقنوات الفضائية ، وتتفق هذه النتـــيجة مع نتيجة الدراسة ، التى قامت بها " د. ليلى حسين " فى اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام فى تلبية احتياجاتها .

النتائج والتوصيات :

أهم النتائج التى أسفرت عنها الدراسة الميدانية الخاصة بمدى تعرض المرأة للقنوات الفضائية :

- معظـــم أفراد العينة تشاهد القنوات الفضائية بشكل دائم حيث بلغت نسبة اللاتى يشاهدن القنوات الفضائية ٨١,٥% .
- حصلت فترة المساء والسهرة على المرتبة الأولى من حيث مشاهدة القنوات الفضائية، حيث يشاهدها نسبة ٦٢,٥% ويليها فترة الظهيرة بنسبة ١٧,٥% ، والفترة الصباحية بنسبة ٢,٠% .
- تـــبين أن مدة المشاهدة ٣ ساعات وأقل من ٥ ساعات تمثل الزمن الأكثر إقبالاً من قبل أفراد العينة المـــبحوثة ، حيث نال المركز الأول بنسبة ٥٧,٥% ويليه – أقل من ٣ ساعات – بنسبة ٣٢,٥% – وأكثر من ٥ ساعات– ١٠,٠% .
- تشـــاهد معظم أفراد العينة المبحوثة القنوات الفضائية : عربية وأجنبية ، حيث بلغت نسبة مشاهدة تلك القنوات ٦٥,٠% واحتلت المرتبة الأولى وتليها القنوات العربية بنسبة ١٢,٥% والوطنية١٢,٥ %.
- تبين أن معظم أفراد العينة تشاهد القنوات الفضائية الوطنية ، حيث احتلت قناة دبى الفضائية المرتبة الأولى بنسبة ٦٥,٥% وتليها فى المرتبة الثانية قناة الإمارات بنسبة٦٣,٥% وتليها أبو ظبى الفضائية ٢٦,٥% ثم الشارقة الفضائية بنسبة ٢٠% .
- تبين أن أسباب التفضيل لمشاهدة القنوات الفضائية الوطنية تركزتْ حول أن لديها برامج عن المرأة بنســـبة ٥٦,٠% وتمدهـــا بمعلومـــات ومهارات بنسبة ٤٣,٠% برامج محلية تعكس الواقع المحلى والخليجى ١٦,٠% ويليها برامج ثقافية بنسبة ٧,٥% وبرامج ترفيهية ٢,٥% .
- تبين أن أهم القنوات الفضائية مشاهدة بين القنوات العربية الفضائية هى القناة المصرية ؛ حيث نالت ٦٠,٥% مـــن نسبة المشـــاهدة بين أفراد العينة وتليها القناة الكويتية بنســـبة ٤٨,٠% ، البحرين ٤٧,٥% وقطر ٣٢,٥% ثم تأتى بقية القنوات الفضائية العربية بنسبب بسيطة جداً .
- أهـــم القنوات الأجنبية مشاهدة بين أفراد العينة هى قناة C. N. N حيث نالت المرتبة الأولى بنسبة ٦٥,٠% وتليها B. B. C. بنسبة ٣٧,٥% ثم تاتى بقية القنوات.
- تـــبين أن أهـــم المواد التى تفضل العينة مشاهدتها هى الأفلام والمسلسلات ؛ حيث نالت ٦٠,٠% واحتلت المرتبة الأولى ،ويليها برامج ثقافية بنسبة ٤٠,٥% برامج عن المرأة ٣٦,٠% برامج الجمهور ٢٥,٠% نشرات أخبارية بنسبة ١٦,٥% .

- تــبين أن أهم آثار تعرض المرأة للقنوات الفضائية تركزت حول اكتساب مهارات بنسبة ٥١,٠% ويلــيها فى المرتبة الثانية تعديم القيم السائدة فى المجتمع ٤٥,٥ % وتساعدها فى حل المشكلات التى تواجهها ٣٠,٥% .
- أهم القــنوات الوطنية الإماراتية تلبية المرأة الإماراتية ، هى : قــناة دبى الفضائية ٥٧,٥% ويليها الشارقة الفضائية بنسبة ٣٢,٥% وقناة الإمارات ٢٢,٥% .
- تــبين أن أهــم أسباب اختيار العينة للقنوات الفضائية أن لديها برامج عن المرأة بنسبة ٥٥,٥% ، وبرامج ذات طابع محلى ٣٨,٦% ثم برامج تسلية وترفيهية ٢٠,٥% .
- تــبين أن أهــم الاحتياجات التى تعتمد عليها المرأة من القنوات الفضائية هى القضايا والمشكلات الاجتماعية بنسبة ٥٦,٠% وتليها المشاكل النفسية ٥٤,٠% وتربية الأطفال ٥١,٥%
- وأهــم الأهــداف الــتى أدت إلى تعرض العينة للقنوات الفضائية ، هى : المشاركة فى الأحاديث الاجتماعية بنســبة ٥٣,٥% والحصــول على معلومات بنسبة ٣٥,٥% والتســلية والترفيه بنسبة ٣٠,٥% .

أهم التوصيات :

★ ضرورة اهتمام القنوات الفضائية بتوعية المرأة بمتابعة البرامج المخصصة فى القنوات الفضائية ، من خلال التنويه المستمر عن هذه البرامج وتشجيع المرأة فيها، ومعرفة أسباب عزوفها أو قلة الاهتمام بها ودعوتها للمشاركة الإيجابية فى تلك البرامج من خلال معالجة قضايا المرأة .

★ ضرورة الاهتمام بالموضوعات المتنوعة التى تحتاج إليها ، والتى أبدت عدم الاهتمام بها أو هامشية الاهــتمام بها مثل نشرات الأخبار والبرامج الدينية والبرامج الثقافية ؛ حيث نالت نسباً ضئيلة بين البرامج التى تشاهدها المرأة عينة الدراسة .

★ ضرورة اهتمام القنوات الوطنية بالبرامج الوطنية التى تعكس المجتمع المحلى والخليجى، حيث أقبلت عليها العينة بنسبة ٣٨,٦%، وهذا يعنى نسبة لا بأس بها وتدعو إلى الاهتمام وزيادة جرعة تلك البرامج فى المحطات الفضائية الوطنية .

★ بالنسبة لاحتياجات المرأة واعتمادها على القنوات الفضائية لتلبية احتياجاتها فى زيادة جرعة البرامج الثقافية والتوعية الأسرية والتوعية السياسية ؛ حيث نالت نسباً ضئيلة من قبل عينة الدراسة .

★ ضرورة إجراء مزيد من الدراسات والبحوث الخاصة بالمرأة لتعرف الاحتياجات الفعلية لها من القنوات الفضائية ، وفقاً لمختلف الخصائص الاجتماعية والسياسية والاقتصادية .

★ معرفة أسباب إقبال المرأة على القنوات الفضائية العربية الأخرى ، وتمركزها حول القنوات الفضائية المصرية ، الكويتية ، البحرينية ، وربما يرجع ذلك إلى عدم اهتمام القنوات الفضائية العربية الأخرى ببرامج المرأة ؛ حيث أكدت معظم أفراد العينة تفضيلها لبرامج المرأة وتربية الأطفال ومعالجة المشاكل النفسية .

★ زيادة جرعة البرامج الدينية فى القنوات الفضائية الوطنية ؛ حيث ثبت أن نسبة بسيطة من أفراد العينة تشاهد البرامج الدينية ، وربما يعود ذلك إلى قلة ظهور البرامج الدينية فى معظم القنوات الفضائية .

★ وبالنسبة للمسرحيات ، أبدت العينة إقبالاً ضئيلاً جداً على المسرحيات ، وربما يعود ذلك إلى عدم عرض القنوات الفضائية العربية مسرحيات بشكل كافٍ ، وربما تمركزت القناة المصرية فى ذلك ؛ مما أدى إلى ارتفاع نسبة المشاهدة لها من بين القنوات الأخرى .

★ زيادة جرعة أهداف البرامج التى تمثلت فى تدعيم القيم السائدة فى المجتمع واكتساب المهارات ، أبدت معظم أفراد العينة الإقبال عليها ، ومع الاهتمام أيضاً بالبرامج التى تساعد فى حل المشاكل، والقضايا التى تواجه المرأة حيث تبين أن نسبة ٣٠,٥% تشاهد تلك البرامج ، ومعنى ذلك أن المرأة تستطيع أن تستفيد من البرامج فى حل مشكلاتها اليومية .

الهـــوامش :

١- ليلى عبد المجيد : اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام فى تلبية احتياجاتها بحث مقدم لمؤتمر المرأة العلمى السنوى الثامن للإعلام العربى والمرأة ، القاهرة ١٨-٠٤-٢٠٠١م ، ص ١٠ .

٢- فوزية العلى : علاقة المرأة بوســائل الإعلام بحث مقدم لنفس المؤتمر العلمى الســنوى الثامن ، الإعلام العربى والمرأة ، القاهرة ٠٨-٠٤-٢٠٠١ .

٣- هند عبد العزيز القاسمى : المرأة فى الإمارات ، تحديات التعليم والعمل واتخاذ القرار ، شؤون اجتماعية العدد ٣١ السنة الثانية ١٩٩١ ص ١٦٦ .

٤- آمنة خليفة : علاقة المرأة بالبرامج الثقافية بالتلفزيون دراســة ميدانية فى مجلة شــؤون اجتماعية العدد ٢٧ سنة ١٩٩٩ .

٥- فوزية العلى : برامج المرأة فى محطات التلفزيون فى دولة الإمارات وأمريكا . دراسة تحليلية مقارنة ١٩٨٩ .

٦- فوزية العلى : برامج المرأة فى محطات الراديو فى دولة الإمارات. دراسة تحليلية لمجلة بحوث الاتصال القاهرة ١٩٩٥م ص ١٩.

٧- هبة السمرى : دور الإماراتيات فى مجال الإعلام المرئى – بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى الثالث الإعلام العربى والمرأة : القاهرة ١٨-٠٤-٢٠٠١م .

٨- عاطف العبد ، فوزية العلى : عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية ، دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قســم الإعــلام بجامعة الإمارات ١٩٩٤ ص ٣٣٠ .

٩- فوزية العلى – مرجع سابق ص ٣١٨ .

١٠- د. ليلى حسين السيد : اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام فى تلبية احتياجاتها ، بحث مقــدم للمؤتمر العلمى الســنوى الثالث للإعلام العربى والمرأة (القاهرة ١٨/٠٤/٢٠٠١) ص ١٣ .

١١- د. أحمد البطاية – كلية الاتصال – جامعة الشارقة – قسم الإذاعة .

١٢- د. محمد الجوهر – كلية الاتصال – جامعة الشارقة – قسم العلاقات العامة.

١٣- د. ممدوح المشمشى – كلية الاتصال - جامعة الشارقة - قسم الإذاعة .

١٤- د. سيد مصطفى – كلية الاتصال - جامعة الشارقة - قسم الصحافة.

١٥- هبة السمرى : مرجع سابق ص ٢.

١٦- هند القاسمى : مرجع سابق ص ١٩٠ .

17- www.albayan.com

18- www. uaeinteract.com.p.1

19- www.ecssr.ac.ae.p2

٢٠- هبة السمرى : مرجع سابق ص ٥ .

٢١- فوزية العلى :علاقة المرأة بوسائل الإعلام – دراسة ميدانية ٢٠٠١ ص ١١ .

٢٢- فوزية العلى :مرجع سابق ص ١٢ .

23- Father of Dubai Grame Wilson media prim p-3 1999

٢٤- فوزية العلى : علاقة المرأة بوسائل الإعلام مرجع سابق ص ٣٢٩ .

٢٥- هند عبد العزيز القاسمى : المراة فى الإمارات مرجع سابق ١٧٢ .

٢٦- فوزية العلى :علاقة المرأة بوسائل الإعلام مرجع سابق ص ١٣٢ .

المراجع :

١- آمـــنة خليفة : علاقة المرأة بالبرامج الثقافية بالتليفزيون . دراســة ميدانية فى مجلة شؤون اجتماعية العدد ٢٧، ١٩٩٩م .

٢- عاطف العبد ، فوزية العلى : عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية ، دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجماعة الإمارات ، منشور فى مجلة بحوث الأزهر ، القاهرة ١٩٩٤م .

٣- فوزيـــة العلى : علاقة المرأة بوسائل الإعلام بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى الثامن . الإعلام العربى والمرأة ، القاهرة ٢٠٠١/٠٤/٠٨م

٤- فوزيـــة العلي: برامج المرأة فى محطات التلفزيون فى دولة الإمارات والولايات المتحدة الأمريكية دراسة تحليلية مقارنة فى مجلة الدوم الولايات المتحدة ١٩٨٩م.

٥- فوزية العلى : برامج المـــرأة فى محطات الراديو فى دولة الإمارات، مجلة بحوث الأزهر ، القاهرة ١٩٩٥م.

٦- ليـــلى عـــبد المجيد : اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام فى تلبية احتياجاتها ، بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى الثامن للإعلام العربى والمرأة ، القاهرة ٢٠٠١/٠٤/٠٨م .

٧- هـــبة الســـمرى : دور الإماراتيات فى مجال الإعلام المرئى ، بحث مقدم للمؤتمر السنوى الثالث ، الإعلام العربى والمرأة ، القاهرة ٢٠٠١/٠٤/١٨م .

٨- هـــند عـــبد العزيز القاسمى : المرأة فى الإمارات ، تحديات التعليم والعمل واتخاذ القرار ، دراسة ميدانية ، شؤون اجتماعية ، العدد ٣١ ، السنة الثانية ١٩٩١م.

9- Father of Dubai Grame Wilson Media Prime 1999

10- www.albayan.com

11- www.uaeinteract.com

12- www.ecssr.ac.ae

١٣- أسماء محكمى الاستبيان :

- أحمد البطاية – كلية الاتصال – جامعة الشارقة – قسم الإذاعة .
- د. محمد الجوهر – كلية الاتصال – جامعة الشارقة – قسم العلاقات العامة .
- د. ممدوح المشمشى – كلية الاتصال – جامعة الشارقة – قسم الإذاعة .
- د. سيد مصطفى – كلية الاتصال – جامعة الشارقة – قسم الصحافة.

١٤- مجلة شؤون اجتماعية العدد ١٣ – السنة الثانية ١٩٩١ .

فن إدارة الشـــاشـــة

أ . سعيد لبيب(*)

الحـــق إن هذا العنوان يحمل أكثر من دلالة ...

فالمفروض أن إدارة الشاشة تشمل كل العمليات التى تنتهى بظهور مجموعة متناسقة ومتكاملة من البرامج ، تؤدى إلى تحقيق الأهداف المقصودة من الخدمة التليفزيونية التى تؤديها قناة بعينها .

ولكننا إذا أخذنا بهذا المفهوم الواسع ، فإن الأمر قد يمتد إلى كل ما يتصل بالعمل التليفزيونى من إنتاج للبرامج والأخبار والإعلانات وغيرها ، وهو ما يتأتى عن القصر هنا ، إذ إن الذى نعنيه هو كيفية ترتيـــب المـــواد التليفزيونية وإعدادها للبث فى فترات محددة ، وهو ما يسمى اصطلاحاً بعمليات : " التخطيط" و "التنسيق" و " التنفيذ" و "المتابعة" ، وتعرفها أصوله التى تستند إلى بعض المبادئ الأساسية فى علم الاتصال الجماهيرى ، وما يرتبط به من علوم اجتماعية متعددة .

فنحن أمام مجموعة من العمليات المترابطة ، يبدأ بعضها قبل البث ، ويستمر خلاله ، ويبدأ البعض بعد انتهائه .

والعـــنوان يـــتحدث عن "فن" ولا يقول "علم" ، إذ إن عملياته ، وإن كانت تستند إلى بعض القواعد العلمية ، إلا أنه يعتمد أيضاً على المهارات الفردية ، والتوجهات الثقافية والفنية والمهنية للقائمين بها ، بحيث تختلف نتائج هـــذه العملية من فريق إلى آخـــر ، على الأخص فى التفاصيل الدقيقة ، وهو ما لا يحدث فى مجال " العلوم" .

وأحـــب أن أذكر منذ البداية أنه وإن كنا نتحدث عن " إدارة الشاشة" ، فإن معظم ما سنقوله ينطبق أيضاً على الإذاعة ، فيما لا يتصل بالصورة .

(*) عضو مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون .

عن أى شاشة نتحدث ؟...

ولأنـــنا لســـنا بصدد الحديث عن مجموعة من المبادئ المجردة ، بل لابد أن يتصل الفكر النظرى بالتطبـــيق العملى ، وفى التجربة المصرية بالذات ؛ لذلك ، علينا أن نحدد منذ البداية عن أى "شاشة" مصرية نتحدث...

ذلـــك ، أن التلـــيفزيون المصرى يقدم مجموعة مختلفة من القنوات ، يمكن أن نصفها – حسب أهدافها المحددة فى الخطة الإعلامية الصادرة عن الاتحاد – على الوجه التالى :

أولاً : قنوات قومية عامة ، وهى : الأولى والثانية .

ثانيًا : قنوات إقليمية عامة ؛ أى إنها تخدم أقاليم محددة فى مصر ، حتى وإن كان إرسالها يمتد إلى خارج هذه الحدود بإذاعتها على القمر المصرى "نايل سات" ، وهى القنوات من الثالثة إلى الثامنة .

ثالثاً : قنوات متخصصة ، وهى تذاع على أقمار "نايل سات" أيضاً ، ولكنها تستهدف بالدرجة الأولى شـــرائح مـــن الجماهير المصرية فى مجالات محددة ، على الرغم من أنها تصل عن طريق القمر المصـــرى إلى خـــارج مصر ، فى مجالات التعليم بمراحله المختلفة ، والبحث العلمى ، والعامة والثقافـــية والدرامـــا والطفل والأسرة ، والمنوعات ، والأخبار (وهى تذاع كذلك على أقمار أخرى لتصل إلى مناطق أخرى من العالم) وهذه القنوات تذاع كلها باللغة العربية .

رابعاً : قنوات موجهة إلى الخارج عبر القمر المصرى وأقمار أخرى، وهى القناة المصرية الأولى والثانية ، وهما باللغة العربية وتستهدف الجماهير المصرية والعربية فى الخارج ، وقناة " النيل T.V " وهى تذاع باللغات الإنجليزية والفرنسية والعبرية ، بالإضافة إلى قناة عربية أخرى موجهة بالذات إلى المصريين والعرب فى أمريكا .

وهناك عدد آخر من القنوات غير المملوكة لاتحاد الإذاعة والتليفزيون ، تصدر عن مصر عبر قمر نـــايل سات ، لعل أهمها الآن قنوات دريم والمحور والسياحة ، وكلها باللغة العربية ، وتخرج عن إطار هذه الدراسة .

ومـــن الطبيعى أن " إدارة الشاشة" فى كل قناة من هذه القنوات ، لابد أن تراعى فيها اعتبارات خاصة فى التطبيق ، ولأنها تتفق جميعاً فى كثير من القواعد العامة ... وقد يكون من المناسب أن نركز فى هـــذه الصـــفحات على القناتين التونسيتين ، الأولى والثانية واللتين تذاعان على القنوات الأجنبية والفضائية أيضاً ، أولا بحكم أنهما من القنوات العامة المتنوعة الأغراض ، ولأنهما وفقاً لكل استطلاعات

الرأى ، هما الأكثر مشاهدة فى مصر التى لا يزيد عدد حائزى أجهزة الديكودر منها ، المتصلة بالأقمار الصناعية عن عشرين فى المائة من المشاهدين .

الحاجة إلى المعلومات :

الحلقة الأولى من سلسلة حلقات الإدارة عموماً هى تحديد الأهداف العامة ، وهى مسألة تتصل أشد الاتصال بالجمهور المستهدف ، والرسالة المراد توصيلها...

والهدف العام فى القناة القومية ، هو تحقيق توازن بين ما تقدمه من إعلام وتثقيف وتعليم وترفيه ، عـــلى الـــنحو الوارد فى الخطة الإعلامية التى تصدر عن الاتحاد ، وهو توازن مرن ، تحكمه اعتبارات متعددة ، ويعتمد على الظروف العامة المحيطة بفترة البحث... فإذا كانت الفترة مليئة بأحداث ساخنة ضاغطة ، فلابد أن يعطى لها نصيب أوفر ، بخلاف فترات أخرى تكون الأحوال فيها هادئة أو مرتبطة بمناســـبات معينة ، كشهر رمضان مثلاً ، حيث يكون للمواد الدينية والترفيهية المقام الأول ، وهكذا . والأمـــر يخـــتلف بطبيعة الحال فى القنوات المتخصصة مثلا ، ولها حديث آخر . المعلومات إذًا متوافرة بشـــكل عام فيما يتعلق بتحديد الأهداف ، والتى تتضمنها الوثائق الصادرة عن الاتحاد ، وما يدلى به كبار المسئولين من تصريحات تعبر عن السياسات العامة للدولة .

أما المعلومات المتصلة بالجمهور المستهدف ، فهذه هى القضية التى أخشى أن أقول إنها كثيراً ما تغيـــب عن وعى المسئولين عن التخطيط، والذين ينصب اهتمامهم فى الدرجة الأولى على الرسالة، أى البرامج بأنواعها المختلفة .

المعلومات الخاصة بالجمهور المستهدف يمكن الحصول عليها من نتائج البحوث المختلفة التى يقوم بهـــا الاتحـــاد أو الجماعات ، أو غيرها من المؤسسات البحثية... والمهم فيها تحديد الشرائح العمرية للمشاهدين ، وما أولوياتهم فى المشاهدة ؟ وما أفضل المواعيد لديهم ؟ وما احتياجاتهم الحقيقية التى يمكن للإعلام إشباعها ، بصرف النظر عن اهتماماتهم ؟ على الرغم من أنها توضع فى درجة متقدمة فى سلم الأولويـــات ... هـــــذا بالإضافة إلى تعـــرف القنوات الأخرى التى يفضـــل مشاهدتها ، ومتى ... ولماذا ...

والحـــق ، إن التكنولوجـــيا الرقمـــية الحديثة ، تسهل من مهمة الحصول على هذه المعلومات ، بالإضـــافة إلى أدوات البحـــث الأخرى... ولو أن الحصول على المعلومات ليس هو كل شىء ، فإن تفســـيرها وتحليـــلها يـــأتى على الدرجة نفسها من الأهمية ، لإمكان الاستفادة منها فى إعداد البرامج وتنسيقها وتحديد أطرها فى الخرائط البرامجية المختلفة ...

المبادئ الحاكمة فى رسم الخرائط :

قد يكون من المناسب هنا التنبيه إلى أمرين ...

الأمر الأول : أن رســم خريطة البرامج ، أو بالمعنى الاصطلاحى " التنسيق" ، أى ترتيب المواد المذاعة وتحديد مواعيدها ، لا يتضمن البرامج وحدها ، بل يضم كل ما يظهر على الشاشة من مواد ، وهى تتروح بين نشرات الأخبار الرئيسية والموجزة ، والبرامج الإخبارية والبرامج الأخرى بأنواعها من ثقافــية وتعليمــية ودرامية ومنوعات ، أو برامج للأطفال والشباب والمرأة ، وأغان متفردة أو أفلام ومسلســلات أجنبية ومددها المتنوعة ، وتنويهات الخدمات العامة ، والتنويهات عن البرامج القادمة ، ومواد الربط سواء كانت بصورة المذيع وصوته ، أم بالصوت فقط : تعليق على صور أو بيانات رقمية أو مرسومة... وبشكل عام كل ما يظهر على الشاشة .

الأمــر الــثانى : أن ما نسميه"خريطة" البرامج ليست خريطة واحدة ، فهو يبدأ بخريطة عامة ، تتــناول دورة إذاعية مدها ثلاثة أشهر فى الأغلب الأعم، اكتفى بتحديد نوعية المواد دون تفصيلات، فهى تذكر مثلاً عبارة " مسلسل عربى" أو " فيلم أجنبى" دون تحديد التفاصيل ، حتى يمكن عنه النظر إلــيها بشكل شامل لإدراك مدى توازنها ، من حيث احتوائها بشكل معقول على النوعيات المختلفة للبرامج ، ومدى ملاءمة مواعيد البث لشرائح الجمهور المستهدف... برامج الأطفال دون سن المدرسة، على سبيل المثال : تذاع فى أوقات معينة " تختلف عن برامج أطفال المراحل التالية ، والبرامج التعليمية والبرامج الموجهة للمرأة العاملة أولويات البيوت أو غيرها ، كل منها له جمهوره المستهدف ، الذى لابد من مراعاة ظروفه المناسبة لاستقبال البرامج .

ويتفرع عن هذه الخريطة العامة ، خرائط أخرى تفصيلية شهرية ثم أسبوعية أكثر تفصيلاً ، تليها خــريطة الــبرنامج اليومى الذى يحدد كل التفاصيل الفنية والتقنية لما يذاع ، ومواعيد الإذاعة بالدقيقة والثانية ، وهو ما ينشر فى الصحف بقدر من الاختصار .

وهنا لابد من تأكيد أن ما ينشر فى الصحف؛ أى ينوه عنه من خلال برامج التلفزيون أو الإذاعة، يعتبر وثيقة واجبة الاحترام ، وأى خروج عليها - لا تستدعيه الضــرورة القصوى - هو خروج عن تقليد إذاعى أصيل ، ويحمل قدراً من عدم الاحترام لجمهور المشاهدين ، ويعود بالضرر على مصداقية التليفزيون .

وهناك عــدة اعتبارات لأية أمر مماثل عند وضع خرائط البرامج العامة أو التفصــيلية نذكر فيما يلى أهمها :

١- إنها تقدم البرامج - كما سبق أن أكدنا - فى الأوقات المناسبة للجمهور المستهدف - لا يعنى هذا فقـــط الـــبرامج ذات الجمهـــور الخاص ، كبرامج الطفل أو المرأة أو الطلبة وغيرها ، وإنما البرامج الأخرى ذات الجمهور العام كان ناجح بالإخبارية أو الثقافية أو البرامج الدرامية والمباريات الرياضية وغيرها ، احتراماً لعادات جمهور المشاهدين فى ترتيب حياتهم اليومية ، وعدم دفعهم دفعاً إلى السهر على ســـبيل المثال : الأوقات متأخرة من الليل فى انتظار برنامج له تأدية خاصة ، أو أن يذاع فى وقت مبكر من الصباح . وبطبيعة الحال ، فإن عادات الناس فى المشـــاهدة وفى الحياة عموماً تتقيد بالظـــروف ، فمواعيد الشـــتاء غير مواعيد الصيف ، كما أن الإجازات الدورية أو غير الدورية لها مواعيدها الخاصـــة ، وكذلك الحال فى اهتمـــامات المشاهدين .

٢- تعتبر نشرات الأخبار من الركائز التى تستند إليها خريطة البرامج ، فمواعيدها ثابتة على مدار العام باستثناءات محدودة جداً تحتمها المناسبات الدينية أو الوطنية .

وهناك ركائز أخرى كمواعيد أذان الصلاة أو تلاوة القرآن الكريم ، وبعض المناسبات الدينية الخاصة- كما لابد من تثبيت مواعيد البرامج ذات الجمهور الخاص على النحو الذى سبق الإشارة إليه .

٣- هناك أولوية خاصة للأحداث التى يمكن ، بل ويفضل ، أن تنقل على الهواء مباشرة ، سواء كانت سياسية أم رياضية أم ثقافية، بالإضافة إلى بعض الأحداث الطبيعية أو الإنسانية المفاجئة ، ولها أهمية خاصة لدى جمهور المشاهدين ... فقد أوصلنا التقدم التكنولوجى إلى مرحلة البث الآلى ، أو بث الأحداث ساعة وقوعها ، وإمكان نقلها من أى مكان فى العالم . وقد أصبح لمثل هذا البث جاذبية خاصـــة بالنسبة للأحداث التى تهم قطاعات واسعة من المشاهدين ... فإذا كان البث مفاجئاً و لم يمكـــن توقعه من قبل، فيترتب عليه تعديل ترتيب إذاعة البرامج أو إلغاء بعضها ، أو تأجيل إذاعته لفترة أخـــرى ... وهنا لابد من إعلام المشـــاهدين بعمليات إعادة الترتيب أو الإلغاء .

٤- ضرورة تنوع المواد المتتابعة ، سواء من حيث المضمون أم الشكل ، وهو مالا ينطبق بطبيعة الحال عـــلى القنوات المتخصصة ... بحيث يكون برنامج القنـــاة فى شكله النهائى متوازناً يحقق رسالة القـــنوات العامة فى الإعلام والتثقيف والترفيه ، وفى العنـــاية باهتمامات شرائح المجتمع المختلفة ، ســـواء كان هذا الاختـــلاف فى مستوى التعـــليم ، أم الدخل أم المرحـــلة العمرية أم الجنس .

٥- أن تـــترك فـــراغات محددة على الخريطة للفترات الإعلانية ، سواء ضمت هذه الفترات إعلانات تجاريـــة أم تـــنويهات للخدمة العامة أم تنويهات عن البرامج التالية فى اليوم نفسه أو الأيام التالية

نفســـها. والتنوع مطلوب فى هذه الفترات أيضاً ... فلا توضع تنويهات الخدمة العـــامة متتالية ، فلا يذاع تنويه خاص بتنظيم الأسرة مثلا ، يليه مباشرة آخر لمحو الأمية ، ثم ثالث لتعليم البنات ... وهكذا ، الأمر الذى يثير الملل ويفقد التقدم مع مغزاه ... كما لا تذاع الإعلانات التجارية متتالية عن سلع أو خدمات متنافسة .

وسواء كانت هذه الفراغات بين البرامج وبعضها أم كانت فى إطار برنامج واحد ، فلابد أن تكـــون محدودة الوقت ، بحيث لا تنقل على المشاهد ، ويمكن أن تصرفه عن المتابعة... فمن غير المعقـــول إذاعـــة إعلانات تجارية تصل مدهّا إلى ثلاثين أو ربما أربعين دقيقة مثلاً ، قبل حلقة من مسلســـل درامـــى نـــاجح ، كمـــا يحـــدث أحياناً ، بناء على طلب المعلنين ، ولكن ماذا عن المشاهدين... ؟!

٦- الأخـــذ فى الاعتبار ، ما يذاع على القنوات الأخرى الأكثر مشاهدة... وإذا كان من المستحيل عمليًا التنسيق بين عشرات قنوات مصرية داخلية مثلا ، أو عشرين قناة مصرية وعربية يزيد عددها باســـتمرار ، فلا أقل من أن يجرى التنسيق بين القناتين الأولى والثانية ، وكذلك الثالثة التى تغطى مـــنطقة القاهـــرة الكبرى التى تضم أكبر من ثلاثين فى المائة من المشاهدين ... بل إنه من الممكن اعتـــبار القـــناة الثانـــية الـــبديل الطبيعى لمواد تذاع على القناة الأولى لاهم إلا جمهوراً محدداً من المشاهدين- والعكس صحيح أيضاً .

* * *

عـــلى أن وضع الخرائط وحدها لا يكفى لإتمام الخدمة ، بل لابد أن تكملها عمليات "التنفيذ" المناسبة... ولهذا حديث آخر .

وأخـــيراً ، نـــود تأكـــيد أن جودة البرامج وحدها لا تكفى لجذب انتباه المشاهدين ، وإشباع احتياجاهم ورغباهم ، بل لابد أن تدار هذه البرامج فى تقديمها وترتيبها وتناسقها بما يحقق الأهداف التى تسعى إليها الخدمة التليفزيونية .

دور الفضائيات العربية فى دعم الدبلوماسية العربية

السفير د. عبد الله الأشعل(*)

مقــــدمة :

أصبحت الفضائيات العربية – بلا جدال – ظاهرة متنوعة النتائج ، وحقيقة فرضت نفسها منذ دخولهــا عصــر الفضاء ، مع بدايات تسعينيات القرن الماضى ، وكان طبيعيًا أن تخضع هذه الظاهرة للتقييم بهدف ترشيد استخدامها والاستفادة منها . ويبلغ عدد الفضائيات العربية رقماً قياسيًا تعمل على عدد من الأقمار الوطنية والعربية والدولية ، بحيث ازدحمت الساحة الفضائية بهذه الأعداد ، وظهر سباق محمــوم بينها لجذب المشاهد العربى فى المنطقة وفى خارجها ، بحيث أصبحت تلعب أدواراً متنوعةً فى حياة المواطن العربى ، وخاصةً المواطن المغترب .

والثابــت أيضــاً أن بعض الفضائيات العربية مثل : "الجزيرة" و "العربية" قد احتكرت التغطية الإعلامية للأحداث العربية مقارنة بالاحتكار الإعلامى لقنوات BBC وCNN فى تغطية حرب الخليج عام ١٩٩١ ، مع تمييز الفضائيات العربية بأنها تستخدم اللغه العربية وتلتزم بلغة خطاب سياسى معينة ، وتتمتع بدرجة عالية من الحرفية .

ولا شك أن الفضائيات العربية تقوم بدور مهم فى تشكيل الوعى والرأى العام، وكذلك فى التأثير عــلى صناع القرار ، كما أنها تنافس الإعلام الغربى فى ذلك وتقضى على الاحتكار الخبرى على الأقل لهذا الإعلام .

بل إن الإعلام الغربى هو الذى أصبح ينقل عن هذه الفضائيات ، خاصة أن التنافس بينها يدفعها إلى تقصى الحقيقة، وبناء الثقة بينها وبين المشاهد العربى ، خاصة بعد أن انتقلت من المستوى القليمى إلى العالمية والتفاف المشـــاهد حولها ، وتأجج حروب الخليج والعراق وفلسطين ، خاصة بعد أحداث

(*) مساعد وزير الخارجية السابق – أستاذ القانون الدولى والعلاقات الدولية .

١١ ســبتمبر ، حتى ضاقت الولايات المتحدة بقناتى : الجزيرة والعربية ، وأعلنت الحرب ضدهما على أســاس أن القــناتين فى زعمها تحرضان ضد الغرب والسياسة الأمريكية . وهذا هو السبب فى طلب الحكومة الأمريكية فى مارس ٢٠٠٤ من الحكومة القطرية اتخاذ إجراءات ضد القناة، كما أنها أنشأت قناة الحرة فى العراق لتنافس القنوات العربية الأخرى فى مساندة السياسة الأمريكية . تنوى الدبلوماسية العامة الأمريكية بكل أدواتها الإعلامية أن تفعل فى الشرق الأوسط ما فعلته فى شرق أوروبا .

فى ضوء هذه الحقائق تعالج هذه الورقة نقطتين :

الأولى : العلاقة بين الثورة الإعلامية والوظيفة الدبلوماسية، والثانية توظيف الفضائيات العربية فى خدمة القضايا العربية .

أولاً : العلاقة بين الثورة الإعلامية والوظيفة الدبلوماسية :

يجــب أن نفرق ابتداءً بين علاقة الإعلام بالدبلوماسية فى الدول النامية والعلاقة نفسها بينهما فى الغرب .

فقد فهم الغرب منذ البداية العلاقة الحميمة بين الإعلام والسياسة ، على أساس أن الإعلام جزء من القرار السياسى بصوره المختلفة، وأن الإعلام فى الوقت نفسه حق للمواطن ، ويستطيع المواطن أن يتمســك بهــذا الحق أمام القضاء، مادام النظام القانونى فى الغرب يجعل الإعلام ومصداقيته حارساً فى الوقت نفسه على قيم المجتمع وعلى حقوقه فى مواجهة الحكومة .

ومــن الواضــح ، أن هاتين الحقيقتين : الطابع السياسى للأداة الإعلامية ، والوظيفة السياسية المجتمعية للإعلام ، هى التى تقوم عليها الديمقراطية الغربية ، وفى ضوئها يمكن أن نفهم كثيرًا من القضايا التى كان الإعــلام طرفاً فيها على الأقل فى الشــهور الأخيرة، فلا نزال نذكر انتحار العــالم البريطانى " ديفــيد كــاى " لأنــه أدلى بمعلومات لهيئة الإذاعة البريطانية حول عدم دقة المعلومات التى ترددها الحكومه البريطانية، واقتنع بها الرأى العام، عن وجود أسلحة دمار شامل فى العراق، ثم تبنى هيئة الإذاعة البريطانية لموقف طلب دفاعاً عن حق الشعب بالكشف عن زيف الادعاءات والذرائع التى شاركت بها بريطانيا واشنطن فى الهجوم على العراق فى مارس ٢٠٠٣ .

وقد ركزت هيئة الإذاعة البريطانية على أن الإعلام هيئة رقابية ، أو سلطة سياسية ضد الحكومة التى لا يجوز لها من الناحية الأخلاقية والسياسية أن تخدع الشعب ، وأن تستدرجه إلى تأييد قرارها فى العراق ، وحتى عندما أحيل الموضوع بأكمله ، حول الخلاف بين رئيس الوزراء وهيئة الإذاعة البريطانية

إلى تحقيق مستقل أعلنت هيئة الإذاعة البريطانية احترامها لنتائج التحقيق ، رغم اختلافها معه، وحرصها عـــلى إظهار جوانب الخلل فيه حتى تقيم التوازن الدقيق بين الهيبة التى تتمتع بها السلطة القضائية وحق الشعب فى المعرفة .

أمـــا الموقف الثاني ، الذى يجب التنويه به فى هذا المقام، فهو موقف الإعلام الأمريكى من قضية تعذيـــب المعـــتقلين العراقـــيين ، ودخوله فى صراع مع الكونجرس الذى انشغل بهذه القضية ، بعد أن أصبحت قضية عالمية وبلغ استنكارها حد التنديد بها فى اجتماعات دولية مهمة .

فى هـــذه القضـــية يتضـــح أن الإعـــلام الأمريكى يفهم وظيفته فى الانحياز الى الحق فى كشف الـــتجاوزات، و لم يكـــترث ببعض الدفوع التى تمسكت بها الإدارة الأمريكية أحياناً دفاعاً عن الوزير المخـــتص بـــأن نشر هذه الصور يعد انتهاكاً لقوانين الأسرار العسكرية، ويبدو أن اتساع نطاق هذه الفضـــيحة قد أرغم الإدارة على التخلى عن هـــذا الموقف وعدم اللجاجة فيـــه ، بل إن وزير الدفاع الأمـــريكى اتهم أجهزة الإعلام التى نشرت هذه الصور بأنها انتهكت اتفاقات جنيف، وهو قلب كامل للقانون الدولى ، وهو يعنى معاقبة من يبلغ عن الجريمة لكى يفلت المجرم من العقاب .

أمـــا عن علاقة الإعلام بالدبلوماسية ، فقد ميز الغرب وفقاً للعرض السابق بين ما يجب أن يظل سراً مراعاة لصالح الرأى العام وليس سراً على نوابه فى البرلمان ، كما قد يكون سراً فى مرحلة محدودة تنـــتهى سريته بعدها ، وتصبح المعلومات بشأنه ملكاً للجميع تجب اذاعتها . ولذلك ، فإن ما بشر به الرئـــيس " ويلسون " بعد الحرب العالمية الأولى من انتهاء عصر الدبلوماسية السرية ، كانت استجابة لـــتطور الديمقراطيات فى النظم الغربية ، وتكفيراً عن ويلات الحرب التى تسببت الدبلوماسية السرية فى اندلاعها .

وعلى الرغم أن هناك تناقضاً شكليًا بين حرص الدبلوماسى على سرية معلوماته وحرص الإعلام عـــلى إخضاع هذه المعلومات للرقابة الشعبية ، فإن دول العالم الثالث لم تتمكن كما فعل الغرب من العـــثور على صيغة مناسبة لحل هذه الإشكالية . فلا تزال هذه الدول تدرك قيمة الإعلام ، خاصة فى عصر السماوات المفتوحة ، وعجز الحكومات فى العالم الثالث عن حصر معلومات المواطن وثقافته فيما تقدمـــه أجهـــزته الوطنية من مواد ، ذلك أنه من الثابت : أن السيادة الإعلامية لا تتطابق مع السيادة السياســـية، أى لا تـــتطابق مـــع الحدود الجغرافية للدولة ، بينما تعتمد السيادة الإعلامية على امتلاك القـــدرات التكنولوجـــية والمنطق الإعلامى والقدرة على تأليف عقول المشاهدين ، وهذا ينسجم مع الـــتطور الذى حدث فى العالم، وهو : أن الشئون الداخلية لم تعد كلها خاضعة لسلطان الدولة، وأن

الاتصال بالعالم الخارجي لم يعد جريمة جنائية، أو تهديداً لأمن الدولة ، بعد أن أصبح في وسع المواطن أن يستخدم تقنيات الاتصال الحديثة بحرية كاملة .

وبـــالقدر نفســـه ، فإن القدرة الإعلامية الفضائية قد أضيفت لسبب من أسباب قوة الدولة إلى الجغرافــيا السياسية ، والجغرافيا الاقتصادية ، فظاهرة الجيوميديا لم تعد محل شك ، بعد أن أثبتت قناة الجزيرة قيمتها بالنسبة لمكانة قطر وقد انشغلت الدراسات الدبلوماسية منذ ظهور بوادر ثورة الاتصالات بقضـــية مهمـــة ، وفي إثـــر هذه الثورة على الوظيفة الدبلوماسية من الناحية الفنية . بحيث أصبحت الدبلوماسية الفضائية satellite diplomacy من حقائق الحياة السياســـية ، وأهم أدوات الدبلوماسية العامة Public Diplomacy .

وكان هناك اتجاهان، الأول : يرى أن التقنيات الإعلامية الحديثة سوف تجعل الوظيفة الدبلوماسية قليلة الأهمية ، على أساس أنها تقوم في جزء كبير منها على الحصول على المعلومات ، وأنه مع انكشاف المجتمعات يسهل الحصول على هذه المعلومات بالسرعة والكثافة اللازمة .

أما الاتجاه الثاني، فيرى : أن هذه النتيجة هي تبسيط للوظيفة الدبلوماسية التي تبدأ مهامها بتمثيل الدولـــة المرسلة لدى الدولة المضيفة، ولذا لا يمكن الاعتماد فيها بشكل موحد ومعياري على الأخبار العاجلة التي تركز على السبق الإعلامي ، فضلاً عن أن البعثة الدبلوماسية في بعض الأحيان تلعب دوراً مهماً في العلاقات الثنائية بين البلدين . ولذلك ، انتهى أنصار هذا الاتجاه إلى أن ثورة وسائل الاتصال نقلـــت الأداء الدبلوماسي إلى آفاق جديدة . وحتى لو صح أن الثورة قد نشطت دبلوماسية القمة التي كانـــت هي الأخرى تهدد في نظر البعض ، عندما بدأت في أوائل السبعينيات من القرن الماضي جوهر الوظـــيفة ، فإنه سيظل لها على الأقل دور المتابع والمنفذ ، فضـــلاً عن أنها ستظل أذن الدولة المرســـلة ولسانها ، والممثل القانوني لها والحامي لمصالحها ، وتظل دبلوماسية القمة وثورة المعلومات ووسائل نقلها عوامـــل دافعـــة لازدهـــار الوظيفة الدبلوماسية وتطورها ، مما يفرض أنماطاً جديدة من وسائل تنفيذ متطلبات السياسة الخارجية في كل دولة ، ويعيد ترتيب العلاقة بين الإعلام والدبلوماسية ، على الأخص في دول العـــالم الثالث التي يجب أن يبدأ ضبط هـــذه العلاقة فيها بدعم قضـــية الديمقراطية والتطور الوطني داخل هذه الدول .

ثانيًا : توظيف الفضائيات العربية فى تعزيز الدبلوماسية العربية

إذا كان الإجماع منعقداً على أهمية الفضائيات العربية لإثبات الوجود العربى الشكلى على الأقل وسط مجموعة عمالقة الإعلام (the global media giants) ، التى أتاح ظهورها وانفرادها خصخصة أجهــزة الإعلام الوطنية وظهور تكنولوجيا الاتصال ، فأصبحت تمثل الإرساليات الرأسمالية . فإن لهذه الفضـــائيات أدواراً مهمة أخرى فى تشكيل الوعى وتطور المجتمع ، وفى تناول الفكر القومى والقطرى والموازنـــة بيـــنهما ، بل ذهبت بعض الدراسات إلى أنها تقوم بدور مهم فى ربط المهاجرين العرب فى أمريكا بقضايا أوطانهم وتعميق الشعور القومي، وخاصة لدى الجيل الثانى[٩].

وعـــلى الـــرغم مـــن هذا الأثر الإيجابى بشكل عام للفضائيات العربية ، رأى البعض الكثير من الســـلبيات فى مواقفهـــا ، فاتهمها البعض بأن بعضها كان بوقاً للإعلام الأمريكى خلال العدوان على العراق باسم الموضوعية والحياد ، وهى فى الواقع متأثرة بالمواقف الرسمية العربية القطرية، وغير ذلك من أوجه النقد ، التى حفل بها مؤتمر كمبردج السالف الإشارة إليه فى مارس ٢٠٠٤ ، كما نشر عديد من الدراســـات فى الاتجـــاه نفسه ، منها دراسة « جهاد فخر الدين » الذى يعتبرها حصان طروادة لنقل الأفكـــار والقـــيم الغربـــية(Trojan horse and media values) ، وأشـــار آخرون إلى خطورة الفضائيات العرقية التى تحارب الاتجاه القومى وتكرس العرقية فى النظم المستبدة، مثلما حدث فى العراق، ولكـــن هـــذه السلبيات لا تقلل فى نظر البعض الآخر من أهمية هذه الفضائيات، كما ركز على ذلك مؤتمر مركز دراسات فنون الإعلام بالجامعة الأمريكية فى بيروت فى مارس ٢٠٠٤ .

أما الدور الحالى للفضائيات فى دعم الدبلوماسية العربية فهو يتسم بعدد من الخصائص، التى تسهم فى بلـــورة دبلوماسية عربية رسمية، فعلى الرغم من أنه لا توجد هناك دبلوماسية عربية واحدة، ولكن دبلوماســـيات عـــدة من الدول العربية تحكمها اعتبارات تتصل بنظرة كل دولة إلى مصالحها فى عصر التفتيـــت الأمريكى المشترك، مما خلق أزمة فى العمل العربى المشترك، فإنه يمكن القـــول حقًا أن هناك خطاً قاعديًا تركز عليه المواقف العـــربية ، والتى تسمح بدور عـــربى فاعل أحياناً ، وهو بدوره يسمح بالتحرك الإعلامى ويضيء الضوء الأخضر للفضائيات، خاصةً : الوطنية الضيقة التى تدخل مجال المنافسة الإعلامـــية بعقلية الموظفين ، دون أيديولوجية مهنية أو سياسية تسمح لها بالانفلات من قبضة أجهزة الرقابة الوطنية .

الخصيصة الأولى : أن الفضائيات العربية جميعاً تسعى إلى نشر الوعى حول بعض أسباب الخلل فى العالم العربى ، وأسباب هزيمته فى جميع المجالات ، على الرغم من توافر مقومات النهضة لديه، وقد لوحظ أن بعض هذه الفضائيات لم تلتزم بالخطوط الحمراء المفترضة، وتمسكت بحيادها بين المتحدثين حتى تكون أيضاً ساحة لحرية الرأى الذى يفتقده المواطن العربى فى بعض بلاده الأصلية .

الخصيصة الثانية : هى أن هذه الفضائيات ، وهى تغطى الأحداث العربية الساخنة تدرك أن الساحة العربية قد أصبحت مركز استقطاب الإعلام الدولى، وأنها الساحة التى يتكالب عليها الجميع كما تتواثب الأكلة على قصعتها . وتدرك أيضًا أن دقة المناخ والموضوعات التى نتصدى لها، فلاذت بالحياد والمهنية ، واستعدت كما يقول المسئولون فيها، فيما يتعلق بالعراق بتحديد المصطلحات، وحاولت الالتزام بالمهنية ، ولم تعمد إلى التورط فى الحرب أو التوجيه السياسى للمشاهد . وإذا كان هذا الموقف هو بالذات الذى لقى النقد من بعض الخبراء، فإنه هو الذى حافظ على هوية الفضائية محل البحث ، وجلب لها ثقة المشاهد العربى ، وأطراف الصراع فى الغرب .

وقد أشار تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٣ إلى أن بعض الفضائيات العربية نجحت فى إدخال ديمقراطية الحوار بديلاً عن الكبت السياسى فى نظمها الوطنية ، كما سجل التقرير نجاحاً إعلاميًّا للفضائيات العربية ، يوازى النجاح العسكرى لقوات التحالف فى العراق ، وتمنى أن يكون ذلك بداية لدور أكبر "للعدسة العربية فى رؤية العالم"(١٣) .

الخصيصة الثالثة : وهى التى أشار إليها تقرير التنمية الإنسانية العربية ٢٠٠٣ من أن الإعلام الرسمى يتسم بالسلطوية والأحادية والرسمية والقدسية ، والتركيز على الأخبار المحلية والمسئولين، وهذه الخصيصة تعطى قيمة أكبر للفضائيات القومية .

لفتت الفضائيات العربية النظر إلى استقطابها للمشاهد العربى حرص الاعلام الغربى على التعاون معها والاستفادة من خدماتها للنفاذ إلى المشاهد العربى .

وعلى الرغم من الحياد والمهنية اللذين اتسم بهما "أداء الفضائيات القومية"(*) فإن المنار على سبيل المثال، وهى حزبية أيديولوجية إسلامية قدمت نموذجا فريداً فى تحسين الصورة الإسلامية والشيعية بوجه خاص ، بعد أن طغت النزعات القومية العربية على الأطياف العرقية والدينية .

(*) أى التى لا تلتزم بتقاليد الإعلام العربى الرسمى ، وهى : الجزيرة ، العربية ، MBC ، المنار ، وأبوظبى .

دور الفضائيات فى دبلوماسية الحوار العربى / الغربى :

إذا كانـــت واشـــنطن حريصة على أن تكون الفضائيات أمينة فى نقل القيم والآراء بين كل من أمـــريكا والعالم العربى والإسلامي، فإن هذه الفضائيات نجحت فى تعزيز التفاهم داخل العالم العربى ، وتســـهيل التواصل اللغوى ، ورفع الوعى السياسى والقومى من خلال إشاعة الطابع الإقليمى للأخبار rationalization ، كما نجحت فى بلورة هوية المنطقة العربية وثقافتها ، وفتحت كل المحظورات بين الشرق والغرب للمناقشة مثلما نجحت فى ربط العالم العربى بالخارج ، والمساهمة فى تطوير المجتمع المدنى العـــربى . كذلك ساهمت هذه الفضائيات فى إدراك المخاوف من الغزو الثقافى الأجنبى ومحاولة تقليل الآثار السلبية للعولمة الثقافية . وبالرغم من كل هذه التطورات والإيجابيات، فإن بعض الدراسات لاتزال ترى هذه الفضائيات فى هذا المجال فى طور الطفولة .

ولسنا بحاجة إلى الإشارة إلى أن السياسة الخارجية لا تتأثر فقط بالفضائيات، وإنما أصبح للإنترنت دور هـــائل فى هـــذا التأثير ، وبدا ذلك واضحاً من خلال الغزو الأمريكى للعراق، حيث اتضح أثر الســـيطرة على اتجاهات الرأى العام فى التأثير على قرارات السياسية الخارجية الأمريكية، وهو ما ظهر منذ حرب فيتنام .

دور الإعلام فى الحفاظ على التراث

أ .د/ توفيق الفيل(*)

أثر الإعلام فى الحفاظ على التراث

تــراث كل أمة هو مجموعة قيمها وتقاليدها وتجاربها ، وهو يتمثل فى إبداعاتها ، وما خلفته من ثقافة وفكر وفن ، على امتداد عصور طويلة . ولا شك أن العقيدة الدينية تمثل جانبا مهمًّا ورئيسا فى هذا التراث .

لماذا تهتم الأمم بتراثها

ومن الجلى الذى لا يقبل الجدل ، أو المراء أن الأمم كلها : المتقدم فيها ، والذى يسعى إلى التقدم يهتم بما خلف آباؤه وأجداده من تراث ، ويرى فى هذا التراث الزاد الذى يمده بأسباب النمو ؛ لأن هذا الـــتراث يتضـــمن – فيما يتضمن – تجارب الشعوب الناجحة ، فيأخذ الخلف بما كان سببا فى نجاح السلف . كما يتضمن التجارب التى لم يكتب لها النجاح فيحاول الخلف البحث عن الأسباب التى أدت إلى ذلك .

ونحن نرى شعوب الأرض قاطبة تهتم بهذا التراث ، فتحيى مامات منه ، وتسجل ما تخشى عليه من الضـــياع ؛ حـــتى يظل تاريخها حيا ، ويكون هذا التاريخ سندها الذى ترتكز عليه فى شق طريقها إلى المستقبل الأفضل .

ونحن نرى شعوبا لم يكن لها تاريخ مذكور ، تعمل على سلب تاريخ أمم أخرى من أجل أن تمكن لنفسها فى الأرض .. لأنها على يقين من أن الأمم التى لا تراث لها تعيش بغير جذور ، والذين لا جذور لهـــم يســـهل اقـــتلاعهم من الأرض . إن الأمم التى لها حضارات هى الأمم التى تقف شامخة فى وجه التيارات العاتية التى تحاول الانقضاض عليها ، والأمم التى كان لها تراث مشهود صمدت للحملات التى شنت عليها ، وهزمت الاستعمار الذى حاول أن يقضى عليها .

(*) كلية دار العلوم – جامعة القاهرة .

ويحمـــل لنا التاريخ البشرى نماذج لهذا ؛ فلم يستطع الاستعمار الرومانى أن يقضى على حضارة الإغريق . وإذا كان الرومان قد سيطروا عسكريا وسياسيا ، فإن الإغريق سيطروا ثقافيا ، وشتان بين ســيطرة هؤلاء وأولئك .. لقد انقضى الاستعمار العسكرى والسياسى ، لكن الغزو الفكرى لم ينته ، ولن ينتهى .

والأمــر نفسه نجده فيما مر على بلادنا ، ونحن نسأل : ماذا بقى من جيش قمبيز ؟ ومن حملات الهكسوس ؟ ومن السيطرة التركية ؟

التراث ليس خيرا كله . . وليس شرا كله :

مـــن المؤكد أن التراث ، لا يمكن أن يكون كله خيرا ؛ لأن ذلك يتنافى مع طبيعة الأشياء ، ونحن نـــرى بعـــض الأمور التى يتضمنها التراث قد جاوزها الزمن ، و لم تعد صالحة لعصرنا ، ولهذا يصبح التمسك بها نوعاً من التعصب الأعمى الذى يكون ضرره أكثر من نفعه ، إنه يصيب الأمة بالجمود ، والجمـــود يؤدى إلى التخلف ، ونتيجة ذلك كله الفناء . لكن من المهم أن نفهم أن تجارب السابقين ليست كلها غير صالحة ، ولو كان الأمر كذلك لما وجدنا تمسك شعوب أخرى بمثل هذه التجارب ، وتطويرها والإفادة منها .

نحن لم نزل ننظر إلى ما أبدع سقراط وأفلاطون وأرسطو ، و لم نزل نطور ونستنطق أساطير اليونان القدمـــاء ، ونتخذ منها قوالب فنية ، ونعالج من خلالها مشكلات وقضايا معاصرة . ولاشك أن لكل أديـــب رؤيـــته فى معالجة مثل هذه الأساطير . لم ننظر إلى أن هذه الأساطير فيها شىء غير قليل من الخـــرافات التى تتنافى مع العقل وتصطدم به . لكن العقول الذكية النابهة تتجاوز عن الأمور الساذجة وتعلـــو على كل ما ينافى العقل ، وتجعل من هذه الأساطير والخرافات أطرًا اجتماعية وفنية ونفسية . ولـــنأخذ على سبيل المثال : أسطورة أوديب التى تحكى لنا : أن العرافين قد أخبروا الملك بأنه سوف ينجـــب ولدا ، يقتله ويتزوج من أمه ، ويعمل الملك على وقف هذا . وعندما يولد لـــه أوديب يأمر بقتله ، لكن المكلف بذلك يشفق على الطفل ، ويعهد به إلى أحد الرعاة للاعتناء به ، ويكبر أوديب ، ويتصـــف بالشجاعة والذكاء . ويقع صدام بين الملك الذى هو أبوه وبينه ينتهى بقتل الملك . ثم يحل أوديب اللغـــز فيحتفل به أهل المدينة لأنه يخلصهم من الخطر الذى يهـــدد مدينتهم ؛ فقد تغلب على الشـــبح ، ومن هنا أصبح من حقه أن يجلس على عرش الملك . ومادام الأمر كذلك فإنه يتزوج الملكة التى هى أمه .. وهكذا تمضى هذه الأسطورة ، لكن الأدباء وعلماء النفس يتخذون منها منطلقا لبحث

كثير من المسائل النفسية ، وأطرا وقوالب فنية . وفى أدبنا الحديث يتناولها كل من : طه حسين وتوفيق الحكيم فى عملين كبيرين يبث كل واحد منهما آراءه وأفكاره من خلاله .

هل فى تـراثنا ما يستحق الاهتمام به ؟

إن الإجابـــة عـــن هذا السؤال تقتضى منا كثيرا من الوقت والجهد ، لا لإثباتها أو البحث عنها ، ولكـــن لـــتعدادها وسردها . وفى هذا التراث من القيم والمبادئ ما يجعل هذه الأمة تفخر بأنها قدمت للفكر الإنسانى فى مسيرة تطوره ما تقدم به خطوات فى سلم الرقى .

إن تـــراث أمتنا الذى يمتد إلى سبعة آلاف سنة ، كان أول من اهتم بالمعـــرفة واهتم بمعرفة الإله الواحد ، واهتم بالحفاظ على البيئة . وحسب المصرى القديم أنه كان يعد من مفاخره أنه لم يلوث ماء النـــيل ، وأنه يحب هذه الأرض ، ويتمسك بها حتى بعد الموت . . وخطاب أوزيس لأزوريس الذى يبلغها فيه أنه ذاهب لقتال الأعداء فى سيناء ، فإذا مات فيجب أن يدفن فى تراب الأرض التى أحبها ، وعاش لها ومات من أجلها .

وتاريخنا فى المسيحية يختلف اختلافاً بينا عن غيره ؛ فآباؤنا فى المسيحية الذين اعتدى عليهم الرومان وأحـــرقوهم ظلوا على تسامحهم ، وتمسكوا بجوهر المسيحية حتى يومنا . . فليسوا ممن لا يحترمون الدم البشـــرى ، وتســـيطر عليهم العنصرية ، وليسوا من الذين ينكرون الحق ويقبلون بالجور . فلما جاء الإسلام إلى هذه الأرض المباركة وجد خير أجناد الله ، وأصبحت مصر المحروسة كنانة الله فى أرضه ، ينتشر فيها الإسلام فيعم العدل والخير والجمال . .

ونعود مرة أخرى إلى طرح سؤالنا . . هل فى تراثنا ما يستحق الاهتمام به ؟

وأقصد بتراثنا تلك الفترة التى استظلت فيها مصر بالإسلام . لقد خلفت هذه الفترة تراثا حضاريا قلما تتمتع أمة من أمم الأرض بمثله ، يتمثل ذلك فى إبداعها الأدبى والفنى والثقافى .

ففـــى تراثنا الأدبى نجد كمًّا هائلا من الشعراء والأدباء عبروا عن تجارب الإنسان فى عصورهم . وصـــوروا لنا هذا الإنسان فى قوته وضعفه ، فى صراعه مع الحياة وفى صراع الحياة معه . نجد فى هذا التراث من تغنى للجمال فى مثل قول عمر بن أبى ربيعة :

إنى امرؤ مولع بالحسن أتبعه   لاحظ لى فيه إلا لذة النظر

ووجدنا فيه من يقدم صورة الإنسان المعتز بنفسه وحريته على نحو ما نجد فى قول المتنبى :

من يهن يسهل الهوان عليه　　　ما لجرح بميت إيلام

أو فى قوله يدفع إلى الطموح والعمل حيث يقول :

كل ما لم يكن صعب فى الأنفس　　　سهل فيها إذا هو كانا

غير أن الفتى يلاقى المنايا　　　كالحات ولا يلاقى الهوانا

أليس اعتزاز المرء بنفسه ، ووطنه وحريته من القيم العليا التى تسعى الشعوب إلى تحقيقها والتمسك بها ؟

كذلك نجد عند هذا الشاعر وربما عند كثيرين غيره الدعوة إلى التسامح والتعاون بين الناس واستغلال ما فى الحياة لصالح الإنسان بدلا من الاقتتال والتنافس ، والسعى إلى تدمير كل شىء جميل فى هذا الحياة .

ولنقف مع هذا الشاعر العبقرى فى تراثنا وهو ينبئنا عن الحياة بلسان خبير بها ، عالم بتقلباتها ، حين يقول :

صحب الناس قبلنا ذا الزمانا　　　وعناهم فى شأنه ما عنانا

وتولوا بغصة كلهم منـ　　　ـه وإن سر بعضهم أحيانا

ربما تحسن الصنيع لياليـ　　　ـه ولكن تكدر الإحسانا

وكأنا لم يرض فينا بريب الد　　　هر حتى أعانه من أعانا

كلما أنبت الزمان قناة　　　ركب المرء للقناة سنانا

ومراد النفوس أصغر من أن　　　نتعادى فيه وأن نتفانى

غير أن الفتى يلاقى المنايا　　　كالحات ولا يلاقى الهوانا

وإذا لم يكن من الموت بدٌّ　　　فمن العجز أن تكون جبانا

إن المتنبى فى هذه القصيدة يتحدث عن وحدة التجربة الإنسانية ، منذ بدء الخليقة ، وإلى وقته . فالإنسان هو الإنسان ، والناس على اختلاف أجناسهم وألوانهم ، وأرضهم وأوطانهم ، يمرون بمثل هذه التجربة ؛ فالبداية لديهم مجهولة .. إنهم يأتون إلى الدنيا دون معرفة بشىء ، ويدفعون إلى صراع البقاء فيها حتى النهاية التى إذا جاءت لم يكن لهم منها فرار . بداية لم يشتركوا فى وضعها ، ونهاية

لا يستطيعون التحكم فيها ، وبين البداية والنهاية أحداث يختلف بعضها عن الآخر ، ويتفق بعضها مع الآخر ، لكنها تتفق فى غاياتها :

فالغالبـــية العظمـــى من بنى البشر ، تحاول صنع حياتها على أحسن ما تتمنى ، وتمنى نفسها بأمور كثيرة تمنى نفسها بالحاضر وما يصادفها فيه ، وما تصطدم به من صراعات يكون بعضها من صنع يدها، ويفرض بعضه عليها فرضا ، وتمنى نفسها بالمستقبل . وما فيه من صفحات مطوية لا يعلمها إلا الله .

إن المتـــنـبى يصـــور لـــنا هذا الصراع الأبدى بين الإنسان وأخيه الإنسان ، والإنسان ونفسه ، والإنســـان ومـــا يحـــيط به من قوى الغيب التى ربما قضت على ما يشيد من الأمانى ، وما يؤمل من الأحلام ، وعلى الرغم من المعاناة والجلد والمكابدة التى يقضى فيها الإنسان الشطر الأعظم من حياته ، يلقـــى النهاية نفسها . فساكن القصر ، يقضى ويلقى نهايته كما يقضى ويلقى نهايته ساكن الكوخ ، وهنا يظهر الاتفاق بين كل البشر ، فكلهم يمضى بتلك القصة التى أصابته من الأيام . إن المتنبى يكشف لنا عن أن التناقص بين البشر ، إنما هو تناقص مؤقت ، والأسباب التى يقوم عليها تافهة لا تستحق أن يعادى الإنسان أخاه الإنسان ، ويسعى إلى فنائه .

ومراد النفوس أصغر من أن نتعـــادى فيه وأن نتفـــانى

أليست هذه دعوة للسلم بين البشر جميعا ؟ أليست هذه الدعوة لا تفرق بين لون ولون أو جنس من الناس وجنس . .

وإذا كان الناس جميعا ينتمون إلى أب واحد وأم واحدة ، كما يصور ذلك حديث رسول الله صلى الله علـــيه وسلم فى قوله : " كلكم لآدم ، وآدم من تراب ، لا فضل لعربى على عجمى إلا بالتقوى " فـــلماذا يظلم الأخ أخاه ، ويعتدى الأخ على أخيه ؟ ولماذا تتكرر فى كل وقت حكاية قابيل وهابيل ؟ ألا يشـــعر الناس بالندم ، كما شعر به قابيل ؟ أظن أن الناس فى زماننا لا يشـــعرون بمثل هذا الندم ، وإلا لما وجدنا ملايين القتلى فى الحروب ، والقتلى من الجوع ، وما وجدنا هذا الظلم الأعمى ، والقَلبَ الواضح للحقائق . .

لقـــد سقت جانبا من حديث المتبنى الذى يكشف عن الأخوة الإنسانية ، ويكشف عن هذا الكم الهائل من تشويه جمال الحياة الذى نحدثه بأيدينا ، فكلما منحنا الله لونا من ألوان الجمـــال عملنا بكل مـــا نســـتطيع مـــن قوة لتشويه هذا الجمال . وكلما منحنا الله سرًّا من أسرار الكون لنتغلب به على

مصـــائب الدهر ، حولناه بأيدينا إلى سلاح فتاك يقتل به بعضنا بعضا . ونظرة واحدة إلى ما صنعناه بأنفسنا عن طريق العلم تكشف لنا كم كان المتبنى محقا حين قال :

كلما أنبت الزمان قناة ركب المرء للقناة سنانا

إنـــنا أمـــام دعوة فى تراثنا الأدبى تدعو إلى إحلال التعاون محل الصراع ، والحب محل الكراهية ، والمـــودة مكـــان المعاناة ، والتكاتف محل التحاسد ، وتلك هى السبل الأسلم والأعقل لعمارة الأرض ومواجهة عقبات الحياة . ومن المؤكد أن تراثنا الأدبى: قديما وحديثا يحمل كثيرا من الدعوات المشابهة ، إنهـــا مسيرة خيرة فى الحياة لا تنقطع ، تسعى لأن يعيش الإنسان مكرما على هذه الأرض ، كما خلقه الله وجعلـــه خليفـــته فيها . لقد أرسل الله رسله جميعا من أجل خير الإنسان واستقامته ، وكل تراث الأنبـــياء الثابت الصحيح تراث للإنسان المسلم . والله سبحانه وتعالى فى كتابه الكريم ينادى المؤمنين ويأمرهم أن يؤمنوا بالملائكة والرسل والكتب التى أنزلها ، ويؤمنوا بكل ما جاء به هؤلاء الرسل . فرسل الله يكمـــل بعضهم بعضا ، وطريقهم جميعا يبدأ بهدى الله ، وينتهى بما يريد الله ، وقوله تعالى واضح صريح : ﴿ لاَ نُفَرِّقُ بَيْنَ أَحَدٍ من رُسُلِهِ﴾ .

ويشـــير الله تعالى فى كتابه الكريم إلى ما أنزل إلى بنى إســـرائيل فى التوراة ، فيقول : ﴿إِنَّا أَنزَلْنَا التَّوْرَاةَ فِيهَا هُدًى وَنُورٌ﴾ ويطالب أهل الإنجيل أن يحكموا بما أنزل الله فيه . فيقول : ﴿ وَلْيَحْكُمْ أَهْلُ الإِنجِيلِ بِمَا أَنزَلَ اللَّهُ فِيهِ ﴾ .

إن تراثـــنا يضم فيما يضم ، جوابا عن كل التساؤلات التى تشغل الإنسانية فى حياتها المعاصرة ، ولعل هذه الإنسانية تترك التعصب وتلتفت إلى ما فيه صالحها .

إن القـــرآن الكريم يدعو إلى احترام النفس الإنســـانية ، ويأمر بحمايتها ، ويمنع العـــدوان عليها ﴿ وَلاَ تَقْتُلُوا النَّفْسَ الَّتِى حَرَّمَ اللَّهُ إِلاَّ بِالْحَقِّ وَمَن قُتِلَ مَظْلُوماً فَقَدْ جَعَلْنَا لِوَلِيِّهِ سُلْطَاناً فَلاَ يُسْرِف فِّى القَتْلِ إِنَّهُ كَانَ مَنصُوراً ﴾ .

و الإسلام يدعو إلى احترام العهود والمواثيق . يقول الله تعالى : ﴿ وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدتُّمْ ﴾ ويقول ﴿ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ العَهْدَ كَانَ مَسْئُولاً ﴾ .

ويطول بنا المقام إذا رحنا نعدد ما جاء فى صحيح تراثنا وهو القران الكريم من النهى عن العدوان ، والغـــدر ، وأكـــل أموال الناس بالباطل ، وظلم الضعفاء . بل الظلم بكل صوره وألوانه لأن الظلم فى عـــرف الإسلام ، وفى صحيح حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم : " ظلمات يوم القيامة " وفى تراثنا : التقيد بالصدق ، ورعاية الأمانة . والتعاون على البر والتقوى . ولعل مثل هذه الأمور تحتاج إلى وقفـــة طويلة ، لكننا سنحاول أن نشير إلى بعض القضايا التى تشغل بال العالم الآن ، والتى توجه إلينا الدعوة للأخذ بها . ولا شك أن اللوم لا يوجه إلى من يدعونا للأخذ بمبادئ الحرية والعدالة والمساواة ، بل يوجه إلينا بالدرجة الأولى ، لأننا لم ننظر إلى تراثنا ، و لم نلتفت إليه ونأخذ به ، إننا لا نلوم غيرنا ، ولكن يجب أن نلوم أنفسنا ، لأننا أهملنا هذه المبادئ الرفيعة ، و لم نأخذ بها .

أما هذه القضايا التى أشير إليها فهى تتمثل فيما يلى :

أولا : الحرية

الـــناس فى الإسلام ينحدرون من أب واحد وأم واحدة ، لافضل بينهم إلا بالتقوى . وتعليمات الرسول صلى الله عليه وســـلم لأهله وعشيرته تقطع بذلك ، فهو صـــلى الله عليه وســـلم يقول لهم : " يا بنى عبد المطلب ، لا يأتينى الناس بأعمالهم وتأتونى بأنسابكم . فو الله لا أغنى عنكم من الله شيئا " ويقول : " أيها الناس ، لا فضـــل لعربى على عجمى الا بالتقـــوى ، كلكم لآدم ، وآدم من تراب .. " و الإســـلام هو الذى رفع العبيد إلى أعلى منـــزلة ، وجعل بلال بن رباح العبد الضـــعيف الذى لم يكن له قبل الإسلام حول ولا طول فى أعلى منـــزلة . وجعل ســـادة قريش وأشرافها ينادونه بسيدنا . وعمـــار بـــن ياسر يحكم فى أموال خالد بن الوليد أعظم قادة الجيوش فى الإسلام وابن أكبر الكبار فى مجـــتمع مكة الذى كان يلقب بالوحيد ، ويمثل قبيلة بأسرها وهو الوليد بن المغيرة ويأخذ نصف مال خالد بن الوليد ، وعندما يأتى إلى الخف يدفعه إلى خالد ، ويقول له أما هذا فخذه . لو حدث هذا قبل الإسلام لاشتعلت الحرب ، و لم يتوقف لهيبها حتى تأتى على الأخضر واليابس ، ولو حدثت فى زماننا لكانت الفتنة الكبرى ، فمن الذى يستطيع أن يقف مثل الموقف من أحد القادة أو الحاكمين .

ومـــنذ أشـــرقت شمس الإسلام وهو يفتح الأبواب إلى تحرير العبيد ، ولا نعجب فى ذلك فالعبد المملـــوك يفقد أعظم ما منح الله للإنسان ، وهو الحرية ؛ ولهذا يشجع بكل السبل على تحرير العبيد ، فهـــناك جـــرائم ومخالفات من ارتكبها وأراد أن يتخلص من تبعاتها فعليه تحرير رقبة ، كالقتل الخطأ ، والظهار ، والحلف ، والإفطار العمد . هذا عدا المكاتبة ، وما يعرف بأم الولد .

أما حرية الناس جميعا فيما يعتقدون ، أو يقولون فهي من الأمور الأســاسية التى لا يستطيع أحد أن ينكرها .. فالله سبحانه وتعالى يبين بالقول الصريح الواضح أن الناس يجب ألا يكرهوا على اعتقاد عقيدة غير عقيدتهم ، أو دين غير دينهم ، فهو يقول لنبيه صلى الله عليه وسلم : ﴿ أَفَأَنْتَ تُكْرِهُ النَّاسَ حَتَّى يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ ﴾ ويقول سبحانه وتعالى : ﴿ لاَ إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَد تَّبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الغَيِّ ﴾ ويقـــول ســبحانه وتعالى : ﴿ فَمَن شَاءَ فَلْيُؤْمِن وَمَن شَاءَ فَلْيَكْفُرْ ﴾ ولم يذكر لنا التاريخ أن جيش المسلمين دخل بلدا ، وحمل أهلها على الإسلام . وكل دعوته لهم كانت دعوة يبينها القرآن الكريم فى قوله تعالى : ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾ .

وقـــد ســـلك الرسول صلى الله عليه وسلم هذا الطريق ، فمنع معاقبة المنافقين الذين كشف الله نفاقهم . وعندما أراد عمر مؤاخذتهم قال له الرسول : أشققت عن قلوبهم؟ وقد سار الخلفاء فى الطريق نفسها فضمنوا حرية الناس فى القول والعمل، وهذا عمر بن الخطاب الذى كان نموذجا فى العدل يخضع ابن الوالى للقصاص و يطلق عبارته الخالدة " متى استعبدتم الناس ، وقد ولدتهم أمهاتهم أحرارا ؟ " .

والإســـلام يدعو العقـــول للانطلاق من عقالها لتفـــكر وتنظر فى ملكوت السماوات والأرض ، بل وتنظر فى هذه النفس ، لأن النظر السليم والتفكير الصحيح هو أقرب الطرق للوصول إلى حكمة الله فى خلق الكون والإنسان . والتفكير الحر الصحيح هو الذى يمكن الإنسان من الإبداع ، وتحقيق ما أراد الله للإنســـان فى الكون . إن التفكير فى الإســـلام فريضة ، وإهمال العقل جريمة تهـــدر آدمية الإنسان وتعطل قدراته .

وحرية التعبير ، وإبداء الراى أو حرية الفكر من الأمور الأساسية التى يعتز بها الإسلام . وهذه امرأة مـــن عامة الناس تستمع إلى خطبة أمير المؤمنين . وهو يريد أن يشرع قانونا يضع فيه حدا للمغالاة فى المهور ، فتقول له : يا عمر ، كيف تفعل ذلك وقد قال الله تعالى : ﴿ وَإِنْ أَرَدتُّمُ اسْتِبْدَالَ زَوْجٍ مَّكَانَ زَوْجٍ وَآتَيْـــتُمْ إِحْدَاهُـــنَّ قِنطَاراً فَلاَ تَأْخُذُوا مِنْهُ شَيْئاً أَتَأْخُذُونَهُ بُهْتَاناً وَإِثْماً مُّبِيناً ﴾ فيتراجع الخليفة العظيم أمام الملأ . ويقول : أصابت المرأة وأخطأ عمر .

حقـــوق المـــرأة

وبوصـــولنا إلى هـــذا نصل إلى قضية من قضايا الساعة ، وهى حقوق المرأة ، وهذه الحقوق هى اللافتة التى ترفع فى وجوهنا الآن ، ويحكم بها على تخلفنا .

والحقـــيقة التاريخـــية ، أن المرأة فى الإسلام انتقلت نقلة حضارية واسعة ، وأصبحت ذات كيان اجـــتماعى كبير . . فالمرأة كانت جزءا من ميراث زوجها ، تورث ، لكن الإسلام يلغى هذه المبادئ الجائـــرة .. ويجعـــلها شريكة فى الميراث داخل نظام قد يظنه البعض يجور عليها ، ولكنه عند الفحص والتنقيب ، فيه عدالة مطلقة ؛ ذلك لأنه يعطيها هذا النصيب دون أن يحملها أية أعباء ، ويجعل لها ذمتها المالية المستقلة ، فلا يأخذ زوجها شيئا من مالها إلا بإذنها . وهو ملزم بالإنفاق عليها ، وإذا كان معسرا وأخذ بإذنها شيئا من مالها فهو دين عليه .. بل أكثر من هذا ، لا تجبر المرأة على إرضاع ابنها ، وعلى أبيه أن يستأجر له من ترضعه ، لكنها تجبر على إرضـــاعه فى حالة واحدة . هى إذا امتنع الصـــغير عن الرضاع من أخرى ، وحين ترضعه تطالب أباه بأجرها عن ذلك لأن نفقة الصغير عليه .

والمرأة حرة فى اختيار زوجها ، ولها الحق فى التعليم والعمل مادامت فى حاجة إليه ، أى أن ذلك حق مطلق لها ، والمرأة المسلمة تعلمت ، وعملت ، وكم من الرجال تعلموا وأخذوا عن عائشة رضى الله عنها ، وكم من الرجال تعلموا وأخذوا عن السيدة نفيسة التى اشتهرت بنفيسة العلم ، ولا يستطيع مدع أن يزعم وجود نص يحول بين المرأة وحقوقها الأساسية ، ولا يحكم على الإسلام ببعض العادات والتقاليد التى أفرزتها عصور انحطاط ، لم تكتو المرأة وحدها بنارها . بل اكتوى بها الرجل و المرأة على الســـواء . إنما العصور التى أغلق فيها باب الاجتهاد خدمة لاستبداد بعض الحكام وتزلفا لهم ، لكن فى عصور الإسلام المشرقة لا يستطيع كائن من كان أن ينكر أدواراً عظيمة قام بها نساء ، إنها أدوار يعجز كثير من الرجال عن القيام بها . فمن الذى ينكر دور أسماء بنت أبى بكر ، وهى تشق ثيابها وتمشى فى الصحراء لتوصل الطعام إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم وصاحبه ، إنها تمشى فى هذه الصحراء التى تعج بالسباع والحيوانات الضارية ، وتترصد خطواتها آلاف الأعين لتكتشف أين تمضى لعلها تصل إلى ضالتها المنشودة . إن ما قامت به أسماء عمل لا يقدره إلا من يمشى وحده فى هذه الصحراء ليلا أو حتى نهارا ، لقد حمت أسماء الملة كلها بفدائيتها وحكمتها وعقلها ، وهى قد قامت بعملها بمعرفة رسول الله صلى الله عليه وسلم وصاحبه .

والمرأة فى الإسلام شاركت الرجل فى حربه وسلمه ، أخذت عن رسول الله صلى الله عليه وسلم كما أخـــذ ، وتفقهت فى الدين كما تفقه ، نعم فالنساء شـــقائق الرجال ، وما أكرمهن إلا كريم ، ومـــا أهانهن إلا لئيم . وقد حدد الإسلام دور المرأة فى كل مرحلة من مراحل الحياة . والخلاصة : إنها الرئة الثانية للمجتمع ، ولا يمكن لمجتمع أن يعيش صحيحا برئة واحدة ، تلك حقوق المرأة الأساسية ، حقها فى الحرية فى الاختيار فى التعلم ، فى العمل ، لا نزاع فيها ولا جدال حولها . أما الذين يحصرون قضـــايا المرأة فى ثيابها . فهم الذين يريدون أن يحصروا الرجل فى ثيابه . إنهم الذين يريدون أن يطمسوا الحقائق ، ويخلقوا قضايا بعيدة كل البعد عن مصالح الأمة .

اعـــلم أن هذه الموضوعات لم تأخذ حقها من الوضوح والبيان ، وأنها تحتاج إلى مزيد من البسط ليعرف الناس ما أعطى الإســـلام ، وما لم يعط ، وحتى تظهر الحدود بين ما هو من جـــوهر الدين . وما هو من عقول الناس وتفكيرهم، لكن الوقت لا يتيح لنا كل هذا ، و نأمل أن نعود إليه مرة أخرى. لكـــن الشيء الذى يتعين علينا أن نؤكده هو : أن الناس فى الإسلام سواسية كأسنان المشـــط . وأن المرأة حالها حال الرجل ، لها حقوقها وعليها واجباتها ، وكل لـــه دوره الجليل والعظيم فى بناء المجتمع والله قد جعلها الأساس الذى تقوم عليه الأسرة المســـلمة ، ومن ينعم النظر فى الآية الكريمة التى تقول : ﴿ هُـــنَّ لِـــبَاسٌ لَّكُمْ وَأَنتُمْ لِبَاسٌ لَّهُنَّ ﴾ يجد التسوية فى الأمر ، وكل منهما للآخر : ستر ، وحماية ، وفخر وزينة . المرأة ستر لزوجها ، تحفظه إذا غاب ، وتسره إذا نظر إليها ، وتبره إذا أقسم ، وتفخر به حـــين يـــبدع ، وهو ستر لها يحفظها ويبذل الروح فى سبيل حمايتها ، ويجوع لتشبع ، ويشقى لتنعم ، ويتغنى لها ابنة وزوجة وحبيبة وأماً . ولدى عشرات الأمثلة من الشعر تكشف عن فخر المرأة بزوجها ، وهـــذه لمحـــة تـــتحدث فيها امرأة عن زوجها الذى استشهد فى ميدان القتال ، وهى تفخر بفروسيته وشجاعته ، وكيف أنه ثبت فى مكانه واستشهد فيه ، وعاش فى نظرها بطلا ، ومات بطلا ، تقول :

وحدثـــنى أصـــحابه أن مالكـــا	أقـــام ونـــادى صـــحبه برحيل
وحدثـــنى أصـــحابه أن مالكـــا	ضروب بنصل السيف غير نكول
وحدثـــنى أصـــحابه أن مالكـــا	صدوم كماضى الشفرتين صقيل

أى حب ، وأى فخر نجده فى حديث هذه المرأة ،إنها تذكرنا بمثل ما نراه الآن من زغاريد الأمهات فى أرض فلسطين وهن يستقبلن أبناءهن من الشهداء ، وإن المرأة تنشر أحاديث أصحاب زوجها على الملأ ، وتقول يا كل الدنيا ، هذا الذى ثبت فى المعركة وقاتل حتى الرمق الأخير ، وظل يدافع عن أرضه

بكـــل القـــوة والعزم والإصرار . إنه مالك ، زوجى ، إنه ماضٍ كحد السيف ، فليمض إلى مثواه ، ولأعش على ذكراه ، وما أحلاها من ذكرى " إنما ذكرى الفروسية والشجاعة والبطولة " .

الحـرب والسـلام

وتلك قضية أخرى لابد أن نميط اللثام عنها فى تراثنا ، لأن اللغط حولها كثير ، والحديث المكذوب فـــيها لا ينقطع ، والحقائق فيها غائبة ، والأصوات العالية ضجيجها يصم الآذان . والحرب فى الإسلام ليست عدوانية ، وليســت حرباً لاستعمار أرض ، أو سلب حرية شعب ، أو عدوانا على مقدراته . الأمـــر فى الحرب والسلم واضح فى قوله تعالى : ﴿ **وَقَاتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَكُمْ وَلاَ تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لاَ يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ** ﴾ أى لا قتال لمن لم يقاتلنا . والعدوان مما يكره الله سبحانه ولا يحب ، ولهذا يمنع العـــدوان . وكل جيوش المســـلمين التى توجهت قديما إلى مشـــارق الأرض ومغاربها ، لم تقاتل إلا الذين قاتلوها ، و لم تبدأ أحداً بالعدوان ، وإنما طلبت هذه الجيوش أن يخلى بين الناس وبين الدعوة بالحسنى إلى دين الله ، فمن آمن فهذا خير له ، ومن لم يؤمن فهو حر فى عقيدته . ولكن عليه أن يدفع ضـــريبة مقـــدرة لا تتجاوز فيها نظير خدمات تقدم إليه . لم يحارب الإسلام الشعوب أو يسطو على أموالهـــا ، بـــل حررها بالفعل وحولها إلى قوة إسلامية عظيمة ، حدث ذلك فى الشام ومصر والعراق وفارس وغيرها .

لكن إذا عاهد المسلمون مخالفيهم فى الدين ، أو حتى المشركين ، فعليهم أن يحترموا العهد ﴿ **فَأَتِمُّوا إِلَيْهِمْ عَهْدَهُمْ إِلَى مُدَّتِهِمْ** ﴾ ﴿ **وَإِن جَنَحُوا لِلسَّلْمِ فَاجْنَحْ لَهَا وَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ** ﴾ .

وتعـــالوا لنقرأ هذه الآيات الكريمة التى تبين أنه لا حرج على المسلمين أن يقسطوا إلى غيرهم من آهل الكتاب، ويبروهم ، مادام هؤلاء لا يعتدون عليهم ، ولا يحاربونهم، يقول الله تعالى : ﴿ **لاَ يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِينِ وَلَمْ يُخْرِجُوكُم مِّن دِيَارِكُمْ أَن تَبَرُّوهُمْ وَتُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِـــبُّ الْمُقْسِطِينَ . إِنَّمَا يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ قَاتَلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَأَخْرَجُوكُم مِّن دِيَارِكُمْ وَظَاهَرُوا عَلَى إِخْرَاجِكُمْ أَن تَوَلَّوْهُمْ وَمَن يَتَوَلَّهُمْ فَأُوْلَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ** ﴾ [الممتحنة ٨ ، ٩]

تحديد واضح لا لبس فيه ولا غموض . . فالذين لم يقاتلوا المسلمين ، أو يخرجوهم من بلادهم ، أو يساعدوا غيرهم ، أى يناصرون بالمال والسلاح والرجال هؤلاء للمسلمين أن يصلوا فى التعامل معهم

إلى أعـــلى درجات التعامل ، وهى العدل الكامل ، والبر أى الإحسان بكافة صوره وأشكاله ، وإقامة العلاقات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية؛ لأن فى مثل هذه العلاقات قوة للمسلمين وقوة لشركائهم.. إنهم فعلا شركاء لا ضرر يأتى من جهتهم . . أما الذين يتعين على المسلمين البعد عنهم ، وعدم اتخاذ الأصـــدقاء أو الشـــركاء منهم ، فهم المعتدون الذى اعتدوا عليهم مباشرة ، أو أعانوا من اعتدى على أوطانهم ، وأخرجهم من ديارهم .

ولا شك أن الذين يريدون أن نأمن لهؤلاء ونثق فيهم ، ونقيم شراكة بينهم يحكمون علينا بالغباء وفقدان العقل والسفه . كيف آمن للمعتدى الذى سلب دارى ، ونهب زرعى وأفنى ضرعى ، إن من يفعل ذلك ظالم لنفسه ، وظالم لأمته ، وظالم لكل المثل .

كيف يتم مثل هذا . . ؟ أيمكن للولايات المتحدة الأمريكية الآن ، أن تتخذ من "أسامة بن لادن" صديقا لها ؟ نحن على يقين من أنه كان صديقا حميما لها حين كان يساعدها فى تنفيذ خططها ، أو إذا أحســنا الظن يوم التقت أهدافه مع أهدافها ، لكن هل يمكنها الآن أن تتخذه وليا ؟ أعلم أن السؤال ساذج وأن أمريكا أرسلت جنودها فى كل مكان ، وألقت بحممها على كثير من الأوطان ؛ لأن نفرا اعـــتدوا عـــلى جزء من أرضها . وهم فى حقيقة الأمر ما فعلوا ذلك إلا بعد أن طفح الكيل ، وجاوز الظلم مداه وأصبح لا يجهل أحد فى الدنيا كلها ما تقوم به الولايات المتحدة من دعم مادى وعسكرى وسياســـى فى مظاهـــرة الذين أخرجوا المسلمين من ديارهم ، إن الولايات المتحدة شريك أساسى فى العدوان على بلادنا .

وإذا كان ما يحـــدث على الأرض الآن فى كل بلاد المسلمين شـــاهد صدق على ما جاء بالقرآن الكـــريم من أن أولئك الذين يوالون المعتدين ظالمون . . فإننا نذكر أن جيشا من جيوشنا لم يذهب إلى أمريكا ، أو إنجلترا أو أن أحدًا من حلفائها كان محتلا ، لكنهم جاءوا معتدين ، ومن اعتدى لا ينتظر ممن اعتدى عليه غير رد العدوان . ﴿ فَمَنِ اعْتَدَى عَلَيْكُمْ فَاعْتَدُوا عَلَيْهِ بِمِثْلِ مَا اعْتَدَى عَلَيْكُمْ ﴾ .

أما الذين يوالون المعتدين ، ومن يناصرونهم من المحسوبين على هذه الأوطان وهم الذين عبر عنهم القـــرآن بـــأنهم الظالمون ، فليعلموا أن هؤلاء لا ولى لهم ، وأنهم يتخذون هؤلاء أدوات فى مرحلة من المراحل ، فإذا انتهت المرحلة ألقوا بهم فى مزابل التاريخ ، وليستعيدوا ما فعلوا بشاه إيران "محمد رضا بهلـــوى" و"ماركوس" حاكم الفلبين ، و"صدام حســـين" دكتاتور العراق . وماذا يريدون "بأســـامة ابن لادن" وغيره ؟ إنهم لا إيمان لهم ولا عهود لديهم .

ولنعد إلى سياق الحرب فى الإسلام وضروراتها ، فالحرب لابد أن تكون ؛ لأن الشر والخير لابد أن يظلا فى صراعهما إلى يوم القيامة ، وأطماع البشر ، وحبهم للحياة كل يوم فى ازدياد . ﴿ وَلَوْلا دَفْعُ اللَّهِ النَّاسَ بَعْضَهُم بِبَعْضٍ لَّفَسَدَتِ الأَرْضُ ﴾ . إذًا ، الصراع قائم والحروب حتمية وقعت فى الماضى ، وتقع فى الحاضر ، وسوف تقع فى المستقبل . وقد حارب المسلمون وغيرهم ، فماذا فعلوا فى حروبهم ؟ وماذا يفعل هؤلاء الآن فى حربهم .

إن أضرار الحرب ، وما تحدثه فى عرف الإسلام يجب أن تظل محدودة ﴿ وَإِنْ عَاقَبْتُمْ فَعَاقِبُوا بِمِثْلِ مَــا عُوقِبْتُم بِهِ وَلَئِن صَـــبَرْتُمْ لَهُوَ خَيْرٌ لِّلصَّابِرِينَ . وَاصْبِرْ وَمَا صَبْرُكَ إِلاَّ بِاللَّهِ وَلاَ تَحْـــزَنْ عَلَيْهِمْ وَلاَ تَكُ فِي ضَيْقٍ مِّمَّا يَمْكُرُونَ ﴾ [النحل ١٢٦-١٢٧] .

وجيش المسلمين الذى كان يحـــارب تلقى تعليمـــات واضحة صريحة : " لا تقطعـــوا شجرا ، ولا تهدموا بناء ، ولا تقتلوا شيخا أو امرأة أو طفلا . وإياكم أن تتعرضوا لأصحاب البيع والصوامع " .

أى أخلاق هذه التى تجعل الأرض دمارا وتهلك الحرث والنسل ، تهدم وتخرب ، وتقتل دون تمييز ، لا تفــرق بين امرأة أو طفل أو شيخ ، لا تترك مدرسة أو مسجدا أو كنيسة بمنأى عن أهوالها .. أين الحضـــارة والتمدن فى القنابل والصواريخ التى تمطرها طائرات السيد الأمريكى فى العراق ، وطائرات السيد الأمريكى التى أعطاها لليهود ليقتلوا بها كل شىء فى فلسطين ؟ أين من عشرات الأطفال الذين يموتـــون كل يوم هنا وهناك .. وبعد كل الذين يفعلونه بنا .. يأتون إلينا لنتعلم منهم الحكمة وفصل الخطاب . أى عقول تصدق أن هؤلاء يريدون لنا الخير والتقدم والحرية .

أى عقول تصدق أن هؤلاء يحترمون إنسانية الإنسان فى أى مكان على الأرض ، وليس فى بلادنا وحدها . وإذا كانوا يخافون على الإنسانية ، وعلى الحضارة التى صنعها الإسلام على الأرض ، لماذا لا يدمرون أسلحة الدمار الشامل التى يملكونها ، والتى يمكنها أن تهدم العالم كله عدة مرات ، ولماذا كانوا يخافون من أسلحة العراق أو كوريا أو ليبيا وهم الذى صنعوا أسلحة الدمار ومكنوا غيرهم من صنعها ، وقـــبل هذا فإن أحدا فى العالم كله لم يستخدم أسلحة الدمار الشامل غير الولايات المتحدة ، واسألوا هيروشيما ونجازاكى . . إن ما يمكن قوله هنا هو التمثل بقول الشاعر :

مخطئ من ظـــن يومـــا   أن للثعـــلب دينـــا

ما دور الإعلام فى إبراز تراثنا ؟

تراثــنا فيه كما فى تراث غيرنا أمور جميلة ، وجليلة ، وفيه أمور تافهة وسقيمة – كما فى تراث غيرنـــا ، ومن السخف القول بأن تراثنا أو تراث غيرنا– فيما عدا كتاب الله – لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه ؛ لأن كتاب الله ترتيل من حكيم حميد . ومحاولة التخلى عن تراثنا وقيمنا وتقاليدنا ، بـــل أكثر من ذلك كتابنا وعقيدتنا ، من الأمور التى تسعى إليها قوى لها مصالحها وحساباتها ، وهى تســـعى إلى ذلك من أجل ترسيخ قيم ومبادئ تمكن لها من تحقيق أهدافها ، لا نقول : إن هذه القوى مخطـــئة فيما تفعل ، لكن أقول إننا مخطئون إذا استسلمنا لما يطلب غيرنا منا ، وإذا أغمضنا أعيننا عن خططه ، وإذا اعتقدنا أن للثعلب دينا .

علينا أن نلقى الضـــوء على كل ما هو صالح وجميـــل فى تراثنا ، مما يفيـــدنا ، وما نقدمه لغيرنا مـــن الأمم والشعوب التى تتطلع إلى ما ينقذها من الهمجية المهيمنة ، علينا أن نبرز جانب الرحمة بكل كـــائن حى فى الإسلام . هذا الدين الذى تبدأ كل سورة من سوره بذكر الرحمة والرحمن والرحيم ، والذى يجعل الجنة والفوز بها جزاء رجل يلقى كلبا يلهث من شدة العطش ، فيخلع خفه ويسقيه ، و يجعل النار بلهيبها وعذابها جزاء امرأة حبست هرة ، فلا هى أطعمتها ولا هى تركتها تأكل من خشاش الأرض . الرحمـــة التى أوصت بالضعفاء ودعت إلى القتال من أجـــلهم فى قوله تعـــالى : ﴿ وَمَا لَكُمْ لاَ تُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمُسْتَضْعَفِينَ مِنَ الرِّجَالِ وَالنِّسَاءِ وَالْوِلْدَانِ الَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا أَخْرِجْنَا مِنْ هَذِهِ الْقَرْيَةِ الظَّالِمِ أَهْلُهَا وَاجْعَل لَّنَا مِن لَّدُنكَ وَلِيًّا وَاجْعَلْ لَّنَا مِن لَّدُنكَ نَصِيراً ﴾ .

الرحمة التى أوصت بالضعيفين فى حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم فى قوله : " اتقوا الله فى الضعيفين : المرأة واليتيم " .

- الرحمة التى جعلها دعوة للمؤمن فقال : وارحمنا وأنت خير الراحمين

إن جانب الرحمة والتكافل من الجوانب التى يجب أن نبرزها ونركز عليها لأن الإنسانية فى حاجة ماسة إليها فى هذا العصر الذى يطحن الإنسان ، هذا العصر الذى يلقى فيه مئات الأطنان من الأطعمة والألبان فى البحار والمحيطات وشعوب كثيرة تموت من الجوع . .

يجـــب أن نبرز من تراث الإسلام قيمة الحب والإيثار ، ونقدم صورًا فيها للإنسانية ، فالمؤمن يؤثر غيره على نفسه ولو كان به خصاصة ، يجب أن نبرز من تراثنا صورة العدل المطلق الذى يســـوى بين

الحاكم والمحكوم ، بين الغني والفقير . العدل الذى لا يكون فيه محاباة أو حيف ، أو الكيل بمائة مكيال ، العدل الذى جعل خليفة المسلمين يهدم المسجد ، لأن جزءا منه أقيم على أرض ليست ملكا للمسلمين .

وبعد ، فإذا كان فى تراثنا – كما تقدم – صور تصلح للإنسان – وتقدم صفحات مشرقة لاشك أن العالم كله فى شوق إليها ، وهى صور عفت عليها عصور الضعف والتخلف ، وزاد على التعفية عليها بروز جماعات تتحدث باسم الإسلام ، وهى لا تعرف من هذا الدين إلا أمورا سطحية ، وظواهر أشياء لا تثبت عند اختبارها بمفاهيم الإسلام الصحيحة ، والتى بعث بها نبيه عليه الصلاة والسلام .. والتى حصرتها الآية الكريمة من القرآن فى خطابها للنبى صلى الله عليه وسلم وفى قوله تعالى : ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلاَّ رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴾ فرسالته صلى الله عليه وسلم مقصورة على الرحمة للعالمين ، دون تفرقة فى لون أو جنس ، أو زمان أو مكان . . إنه رحمة للعالمين .. يذود عنهم الأذى ، ويدفع عنهم الضرر ، يأخذهم بالرفق ، ويدفع عنهم كل ما يشق عليهم ، فكيف يكون منتسبا لدين الرحمة من نزعت من قلبه الرحمة فروع طفلا ، أو أقضّ مضجع نائم ، أو بث الرعب والخوف فى قلوب الآمنين المسالمين ؟

كيف يكون مسلما من يؤذى الناس بالقول أو بالفعل ، ومن فى قلبه قسوة ، وفى وجهه جهامة ؟

كيف يكون مسلما من يستحل مال غيره بغير وجه حق ؟ إنه ليس من الإسلام فى شىء حتى وإن كثرت دعاواه ، وعلا صوته . المسلم لا يقتل نفسا بغير نفس ، ولا يهدم بنيانا للأعداء حتى فى وقت الحرب ، ولا يقطع شجرا ، ولا يفسد زرعا .

لقد كان من البلوى التى أضرت بالإسلام والمسلمين أن وجدت مثل هذه الجماعات التى لا تشك فى إيمانها ، لكنها مرقت من الإسلام كما يمرق السهم ، ولأنها نظرت إلى أمور فيها كثير من الضرر أكثر مما فيها من النفع ، ولم تفهم الإسلام حق الفهم ، أو تعرفه حق المعرفة ، وقد تصرفت بغير هدى على نحو جمع الكفر كله ضد الإسلام والمسلمين فأوذوا فى حياتهم وحوربوا فى أرزاقهم ، وصدق على هؤلاء قول الشاعر :

وإخوان حسبتهم دروعا فكانوها ولكن للأعادي
وخلتهم سهاما صائبات فكانوها ولكن فى فؤادى

لقد ابتلى الإسلام بسببهم بعداوات ما كان أغناه عنها ، وتسببوا فى إيجاد مبررات للعدو المتربص بهـم فـانقض على بلادهم ، وشن على بلاد الإسلام حربا فى وقت يصعب عليهم فيه التصدى لقوته الغاشمة .

الإعـلام ودوره

وإذا كنا قد وقعنا بين شقى الرحى : صديق جاهل ، وعدو متجبر ،فماذا عسى أن يفعل الإعلام ؟

إن الجـواب عن ذلك شديد الصعوبة ، لكن من المؤكد أن الإعلام له فى هذا الزمان كلمة عليا ، وبخاصة الإعلام المسموع والمرئى . وأول ما يجب على الإعلام العربى عمله أن يدرك ميدان الحرب التى يخوضها ، وطبيعة العدو الذى يتصدى له .

والعـدو الـذى يتعين على الإعلام فى بلادنا أن يواجه جنوده فى الداخل والخارج . أما الذى فى الداخـل فيتمـثل فى أولئك الذين لم يفهموا الإسلام حق فهمه ، ولم يرتبوا الأولويات ، وخلطوا بين الأمور وافتقدوا التمييز . وخطر هؤلاء كبير ؛ ذلك لأنهم يقدمون للعدو الخارجى وقود حربه ، وسلاح هذه الحرب ، إنهم يبرزوننا فى صورة بشعة تنفر الناس ، وتخالف الأمر الذى وجهه الله فى سبيل الدعوة حيث قال : ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الحَسَنَةِ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِي أَحْسَنُ ﴾ .

أمـا العدو الآخر : فأول ما يتعين علينا مواجهته : إظهار الصورة الصحيحة والمشرقة للإسلام ، ويتعين أن يكون ذلك بلغته ، لا أن يكون كحوار الطرشان نقدمه لأنفسنا ونردده على أسماعنا . كما يـتعين علينا ألا يكون ذلك بتكفير الآخرين ، وتسفيه آرائهم ومعتقداتهم ، وخطابهم بأمور لا يتقبلها العقل ، ومن ثم لا يجد فيها ضالته المنشودة .

إن المـرء لا ينظر إلى الشىء إلا إذا كان فى حاجة إليه . ولا يطلب هذا الشيء إلا من الجهة التى يعتقد أنه موجود فيها ، لا يلتمسه إلا ممن يلمس عنده الصلاح وحسن النصيحة ، وإخلاصها ،وتجردها من الغاية .

والآخر الذى نوجه له الخطـاب ونجابهه لا يؤمن إلا بما يتناسب مع العقـل، وكم من الأمور التى نجدها فى الإسلام تناسب العقل والفطرة التى فطر الله الناس عليها . وهذا هو الذى يجعل كثيراً من أهل الغرب يقبل من تلقاء نفسه على هذا الدين ، لكن يجب علينا أن نقول : ليس كل الناس قادرين على النظر والبحث والوصول إلى الحقيقة دون عون من أحد ، وبخاصة إذا كانت هناك قوى مضادة لا تترك

له الساحة ، يقدم فيها كل ما يريد . إننا نواجه بإعلام مضاد ، وهو قادر على قلب الحقائق وطمسها ، وليس أدل على ذلك مما فعلته إسرائيل حين أذاعت على العالم أن " محمد الدرة " طفل إسرائيلى ، وقد قتله العرب المتوحشون ..

إن مهمة الإعلام العربى بعامة ، والمصرى بخاصة شاقة ؛ لأن القوى المعوقة له كثيرة ، وهو يحارب فى أكـــثر من جبهة . وعلى الرغم من ذلك عمل الإعلام المصرى فى هذه الظروف ، وقدم أعمالاً من التراث تكشف عن روعة هذا التراث وعظمته .

لقد قدم الإعلام المصرى :

مسلســـل عمـــر بن عبد العزيز ، ومن خلاله قدم صورة للنشأة الإسلامية لهذا الخليفة الراشد ، وكيف امتلأ من صغره بالقيم والمثل الإسلامية . ولم يسع إلى الملك بل كان يتجنبه بقدر ما يستطيع ، لكـــن هذا الأمر عندما وصله عمد إلى أن يقوم عليه بما أمره الله ، فيخلع كل مظاهر الترف والنعيم ، ويتخذ من الزهادة فى الحياة مبدأ لـــه ، وينحى عن قيادة الأمة أولئك الذين عرفوا بالقسوة ، أو الترف والاستغلال ويتنازل ، كما يجبر أهل بيته عن التنازل عن أى مال جمعوه عن طريق النفوذ والحكم .

لقد قدم الإعلام المصرى من خلال عمر بن عبد العزيز : صورة للخليفة الراشد والحاكم المسلم ، كمـــا يتطلب الإسلام ، لقد نشر عمر بن عبد العزيز العدل فى ربوع الدولة ، ويكفى أن يكون عهد عمـــر هو العهد الذى تخلو فيه الدولة من وجود فقير تدفع له أموال الزكاة . . إنه مجتمع لم يوجد فى الـــتاريخ كلـــه ، وهو عهد لا تفرق الزكاة فيه بين فقير مسلم – وغير مسلم . ويضرب عمر بن عبد العزيز مثلاً فى ترابط المجتمع كله، فالفقير فقير أيا كانت عقيدته، ويجب أن ينال كفايته فى هذا المجتمع . إن ذلـــك لم يكـــن أمرا دينيًّا يدعو إليه الإسلام فحسب ، بل كان عملاً اجتماعيًّا وسياسيًّا يدل على إدراك الحاكم لأهمية السلام الاجتماعى فى المجتمع .

ومن خلال مسلسل عمر بن عبد العزيز انكشفت مساحة الرؤية الإسلامية ، فلم تتوقف مصارف الـــزكاة عند الحدود المذكورة ، بل توسعت لتجد فى مساعدة الشباب الذى يريد الزواج ولا يستطيع مصرفا ، وهنا يكون الاجتهاد الذى يستنطق النصوص ويصل إلى غايات الدين ومقاصده ، ولا يتوقف عند ظواهر النصوص .

لقد كان مسلسل عمر بن عبد العزيز تصحيحاً لاعوجاج عهـــود من الحكم ، وبُعد أصحابها عن شـــروط الإسلام ، وحمل الإســـلام بأخطاء وخطايا هؤلاء الحكام . وقد أحسن الإعلام المصرى كل الإحسان عندما وضع أمام الدنيا صورة هذا الخليفة الراشد .

كمـــا قدم الإعلام المصرى مسلسل **هارون الرشيد** هذا الخليفة العظيم الذى امتدت فى عهـــده دولـــة الإسلام ، وإلى بقاع واســـعة حتى جعله ذلك يخاطب السحابة قائلاً : " أمطرى فى أى أرض تشـــائين ، فسوف يأتينى خراجك" كما ازدهر العلم فى عهده ، ونشأت طبقة من العلماء والمفكرين والمبدعين ، وهو الذى أهدى "شارلمان " تلك الساعة العجيبة التى لم تعرف أوروبا نظيراً لها ، وحسب هارون الرشيد أن يسعى ملوك أوروبا لصداقته ويتبادلون معه الهدايا .

لقـــد صحح الإعلام المصرى من خلال "مسلسل هارون الرشيد" خطأ تاريخيًّا فادحاً ، صور هذا الخليفة على أنه غارق فى المجون وهو الخليفة الزاهد الذى كان يحج عاماً ويغزو عاما ، وإذا حج لا يحج إلا ماشيًّا .

إن عصر هارون الرشيد هو عصر الانفتاح الرشيد إلى تراث الأمم الأخرى وحضاراتها ، ونقل هذا الـــتراث إلى العربية فيما عرف بحركة الترجمة الواسعة ، تلك الترجمة التى لم يكن عليها رقيب ، وكان يجزل فيها العطاء لمن يقوم بها على نحو لم نجده إلا فى عصر ابنه الخليفة " المأمون " .

وقـــدم الإعلام المصرى مسلسل **أبى حنيفة النعمان** وكشف من خلاله التنوع الفكرى والاجتهاد فى اســـتنباط الأحكـــام الشرعية من مصادرها الأساسية .... فى الكتاب والسنة والإجماع . وكـــان أبـــو حنيفة – بحق – مثلاً صادقاً وقويا لحرية الاجتهاد ومساحة الاختلاف ، بينه وبين أهل المذهـــب من أصحابه وتلاميذه ، وبينه وبين أصحاب المذاهب الأخرى . ولا شك أن تنوع الاجتهاد والاختلاف بين المذاهب الفقهية له دلالته فى هذا الكم الهائل من التنوع فى الأفكار والاجتهاد .

إن الإمام أبا حنيفة يمثل أهل الرأى والاجتهاد ، وهو مدرسة فكرية فى الفقه الإسلامى تشهد لهذه الأمة بالتفوق – كما تشهد لعلمائها بالصدق والأمانة والزهد عن متاع الحياة الدنيا ، كما تشهد لهؤلاء العـــلماء أن الجهـــــد الذى كانوا يبذلونه لم يكن له دافع إلا رضا الله ورضوانه . وربما وجد أحدهم كثيراً من المشقة .... ، فى سبيل الحصول على حديث أو التحقق من مسألة كما عرفنا من خلال هـــذا العمل الإعلامى المتميز ، كيف كان الإمام أبو حنيفة حريصاً متثبتاً عمن يأخذ عنه ، فهو الذى قطع الأميال من العراق إلى المدينة ليحصل على حديث ؛ لكنه رجع دون أن يأخذه لأنه لم يطمئن إلى راويه ، لقد وجده يغافل حمارا بالطعام فشك فى أمانته ونزاهته .

وقـــدم الإعلام المصرى فيما قدم من تراثنا الإسلامى الناصع مسلسل " **القضاء فى الإسلام**" ومن خـــلال هذا المسلسل وقفنا على قدر التثبت فى الأحكام ، .... فى القضاء والمساواة بين الخصوم مهما

كانت مسافة الخلف بينهم . إن نماذج القضاة الذين قدمهم هذا المسلسل تدل بما لا يدع مجالا للشك ، كـــم كان العدل وحده هو غاية من يتصدى للحكم بين المتخاصمين . لا ينظر القاضى إلى مكانة هذا الخصم الاجتماعية أو غيرها ، لهذا كانت أحكامهم لا تقبل الجدل بين الخصوم .

إن القضاء فى الإسلام من النماذج التى يتحراها كل من ينشد العدل. إنها تستلهم قول الله سبحانه: ﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالإِحْسَانِ ﴾ وقوله : ﴿ وَإِذَا حَكَمْتُم بَيْنَ النَّاسِ أَن تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ﴾ وقوله تعالى : ﴿ وَلاَ يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَآنُ قَوْمٍ عَلَى أَلاَّ تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى ﴾ وحقاً كان العدل فى الإسلام من الأمور التى تستحق أن تفرد لها الأبحاث ، وقد استلهم قضاة الإسلام ما جاء عنه فى القرآن الكـــريم والسنة النبوية المشرفة ، ورسالة عمر فى القضاء دستور عظيم لكل من يريد العدل وينشده ، كما هى دستور لكل من يتصدى للقضاء بين الخصوم ومن يريد التحقق من ذلك يمكنه أن يرجع إليها.

لقـــد قـــدم الإعلام المصرى أعمالاً عظيمة من هذا التراث الغنى ، قدم الفرسان وكشف فيه عن أخلاقيات الحرب فى الإسلام .... وهى كما قلنا لم تكن حرباً عدوانية ، لكن كانت للدفاع عـــن العقيدة والوطن ، لكن المحاربين المسلمين التزموا بأخلاقيات الحرب فلم يمثلوا بقتيل ، ولم يعذبوا أسيراً ، بل احترموا حرمة الإنسان حيًّا وميتاً .

ولـــئن كنا نشكر هذا الإعلام الذى يحارب فى أكثر من جبهة ، فإننا نأمل فى المزيد من الأعمال التى تكشف عن القيم والمثل الرفيعة التى يتضمنها هذا التراث ، والذى نعتقد بأن العالم كله يطمح إلى وجودها .

كمـــا أنـــنا نريد من الإعلام المصرى ، وعلى رأسه شخصية طموحة مبدعة أن يكون الخطاب الإعلامى من خلال هذه الأعمال الفنية باللغات الأخرى ؛ ليرى الآخر ويشهد بأن الذى قال :

ملكنا فكان العفو منا سجية فلما ملكتم سال بالدم أبطح

كان صادقاً ، ويتحدث عن الواقع الذى نعيشه .

الجوانب الاقتصادية والإدارية للفضائيات العربية

أ . د . حمدى عبد العظيم(*)

مقـــدمة :

شـــهد العالم تغيرات سريعة ومتلاحقة فى المعلومات والاتصالات والفضائيات ، بحيث أصبحت إحـــدى سمات عصر العولمة باعتبار أن الفضائيات تساعد على وصول الفكر والثقافة والحضارة ، من خـــلال رسائل موجهة إلى كافة الأفراد فى كافة أنحاء العالم . . الأمر الذى يجعل من القنوات الفضائية أداة مهمة للتأثير فى الرأى العام العالمى ؛ إذ أصبحت الرسائل المصورة التى يتم بثها عبر الفضائيات إلى كل أنحاء العالم حاملة الأخبار من موقع الأحداث وتعليقات المراسلين وتحليلات ومناقشات الخبراء فى شـــتى التخصصـــات وبكافة اللغات العالمية ، تحقق الربط بين مختلف أرجاء الكرة الأرضية وصولا إلى مفهـــوم أن العالم يصبح بمثابة القرية الإلكترونية الصغيرة ، ويتنافس خلالها عديد من القنوات الفضائية العامة والخاصة والقنوات المتخصصة فى تقديم أفضـــل ما لديها من الإنتاج الفنى ؛ حتى يمكنها جذب المشاهدين إليها أكثر من بقية القنوات الفضائية الأخرى . ويرتبط بذلك جذب المعلنين عن آلاف السلع والخدمـــات يوميا من مختلف أنحاء العالم . . الأمر الذى يؤثر بشكل مباشر على الإيرادات المتوقعة من الخدمـــة التليفزيونية المقدمة نتيجة بث الإعلانات عن السلع ، والخدمات ونتيجة القنوات المشفرة التى تتطلـــب دفـــع اشتراكات لمشاهدة برامجها مثل : قنوات الرياضة ، وقنوات الأفلام القديمة ، وقنوات الأفلام الحديثة ، وقنوات الأفلام الأجنبية المدبلجة ، وقنوات الأفلام الأجنبية المصحوبة بترجمة إلى اللغة القومية ، وقنوات الأخبار، وقنوات المنوعات، وقنوات المرأة ، وقنوات الطفل والأسرة ، وقنوات التعليم والبحـــث العـــلمي، وقنوات الاقتصاد والمال والأعمال، وقنوات الدراما ، وقنوات الشراء والتسوق ، وقنوات الفيديو كليب ، وقنوات الدين ، وقنوات الجنس ، وقنوات الطعام والطهي، وقنوات الموسيقى والطرب . . إلخ .

(*) رئيس أكاديمية السادات للعلوم الإدارية .

وقد دخلت الدول العربية إلى عصر الفضائيات بإطلاق القمر الصناعى "عرب سات" ، وما يحمله من قنوات متعددة تغطى كافة الدول العربية منذ عام ١٩٨٥ .

أما مصر ، فقد دخلت عصر الفضائيات والسماوات المفتوحة ، منذ إطلاق القمر الصناعى "نايل سـات" عام ٢٠٠٠ ويحمل عليه عديد من القنوات المشفرة والقنوات المفتوحة ، وتغطى برامج هذه القنوات مختلف التخصصات مثل : قناة النيل للأخبار ، وقناة النيل للمنوعات ، وقناة الأسرة والطفل، وقناة التعليم ، وقناة البحث العلمى ، وقنوات الدراما ، وقناة الرياضة ، وقناة الطرب، وقناة الموسيقى ، وقناة حورس ، وقناة التعليم العالى ، وقناة نفرتيتى ، وقناة التنوير، والقناة الثقافية ، وقناة النيل العامة .. بالإضـافة إلى القـناة الفضـائية المصرية الأولى والقناة الفضائية الثانية ، والقنوات التى حصلت على تراخـيص المنطقة الإعلامية الحرة بمدينة السادس من أكتوبر مثل : قناة دريم (١) ، وقناة دريم (٢) ، وقناة المحور ، وقناة ART .

ولا يخفى أنه يتم تأجير استوديوهات شـركة مدينة الإنتاج الإعلامى لبعض القنوات الفضـائية العربية ، وبذلك أصبح مجال الفضائيات له أبعـاد اقتصادية وإدارية ، تحتاج إلى دراسـات وحسابات متعددة ، وإلى أساس علمى لاتخاذ القرارات الإدارية .

أولا : الجوانب الاقتصادية للفضائيات العربية

تتطلب عملية الإنتاج الفنى إجراء دراسـات جدوى اقتصادية واجتماعية ، تحتوى على دراسـة جدوى مبدئية لإنتاج المصنف الفنى ؛ للتأكد من انعدام المخاطر واحتمالات الفشل شبه المؤكدة والموانع الجوهـرية التى تحول دون الحصول على التراخيص من حيث المبدأ ، بالإضافة إلى الدراسات القانونية والتسـويقية التى توضح حجم المبيعات المتوقع ، أو حجم الاشتراكات المتوقع عندما يتم تشفير القناة الفضـائية ، بالإضافة إلى الإيرادات المتوقعة من الأنشطة الأخرى مثل نشاط الإعلانات والمسابقات .. إلخ . وتـتكامل مـع هذه الدراسات الدراسة الفنية المتعلقة بإمكانات الإنتاج ومواصفاته ونوعياته أو مجالاته ومتطلبات التنفيذ العملى والأساليب الفنية لتأمين المحطة الفضائية من السطو أو السرقة دون دفع قيمة الاشتراك وأساليب المكافحة وغيرها .

أما الدراسة المالية أو التجارية ، فتتعرض لتقييم عائد الإنتاج الفنى كاستثمارات باستخدام مؤشرات التقيـيم المـتعارف عليها مثل فترة استرداد رأس المال المستثمر ، أو معدل العائد على التكلفة أو دليل الربحية أو معدل العائد الداخلى .

ولإمكـــان إجـــراء الدراسة المالية والتجارية يجب دراسة كافة عناصر التكاليف المتعلقة بالإنشاء والتأســيس وكافـــة تكالـــيف التشغيل المتوقعة سنويا شاملة عناصر الأجور المباشرة وغير المباشرة ، والإهلاكات للأصول من الآلات أو الأجهزة والتجهيزات والخامات المتوقع استخدامها ، والمصروفات الإداريـــة والعمومية والصيانة والفوائد المصرفية ونفقات استهلاك الكهرباء والمياه والغاز والاتصالات والمطبوعات ، ونفقات الأمن والحراسة والوقود المستخدم فى السيارات وغيرها ، ومخصصات الضرائب إن وجدت .

وبعد تطبيق معايير التقييم يمكن الحكم على كفاءة الاستثمار ، فإذا كانت المؤشرات موجبة يمكن اتخـــاذ قـــرار الإنشاء والتأسيس ثم التشغيل والعكس صحيح ، بمعنى أنه لا يجوز الإنشاء طالما كانت المؤشرات سلبية ، ويجب دراسة بديل آخر .

وفيما يتعلق بدراسة الجدوى الاجتماعية والقومية ، نجد أن الدراسة يجب أن تشتمل على العناصر التى توضح حجم العائد الاجتماعى ، من إنشاء القناة الفضائية أو الآثار الإيجابية التى تعود على المجتمع وعلى الاقتصاد القومى من إنشائها، وكذلك الآثار الجانبية أو السلبية التى يمكن أن تحدث فى المستقبل .

ولعل من أهم الإيجابيات الاجتماعية للفضائيات العربية المساهمة فى تحقيق نوع من الترابط الفكرى والحضـــارى بـــين الشـــعوب العربـــية وبعضها البعض ، وتصحيح المفاهيم المرتبطة بالشعوب العربية والإسلامية التى ترددها فضائيات الدول الأجنبية ، وتوصيل رسالة إعلامية لكل أنحاء العالم من خلال الـــترجمة ، والصورة المصاحبة لها بلغات عالمية .. بالإضافة إلى الرسالة التنويرية والنوعية بكافة القضايا السياســـية والاقتصادية والاجتماعية والفنية ، وتنشيط حوار الحضارات لدعم الهوية العربية فى مواجهة محاولات الأمركة أو طمس الهوية .

ويضـــاف إلى الســـلبيات السابقة ما تلعبه الفضائيات العربية من دور اقتصادى يتمثل فى الإعلان والتســـويق لمنتجات الدول العربية على مستوى الوطن العربى كله ، ومن ثم الخروج من السوق المحلى الضـــيق إلى السوق العربى الكبير وقد يتعداه إلى أسواق دول أخرى غير عربية فى ظل التنامى المستمر لاســـتخدام التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة فى تسوية المدفوعات .. الأمر الذى يؤدى الى تنشيط الاقتصاد القومى وزيادة فرص العمل والمساهمة فى علاج مشكلة البطالة .. إلخ .

أمـــا الآثـــار السلبية فيمكن أن تنحصر فيما تبثه بعض الفضائيات العربية من إنتاج فنى وأوروبى وأمـــريكى ، يتعارض شكلا وموضوعا مع القيم والعادات والتقاليد الشرقية والقيم الأخلاقية المستمدة

مـــن التعالـــيم الدينية . . الأمر الذى يساهم فى توجيه النشء إلى التقليد والمحاكاة فى الملابس الخليعة والتصـــرفات غير الإخلاقية ، مما قد يؤدى بدوره إلى زيادة معدلات الجريمة والجنوح وتهديد الاستقرار والأمن الاجتماعى .

وفـــيما يتعلق بالسلبيات الاقتصادية ، فإن الإفراط فى الإعلانات خلال البث الإعلامى لدى بعض الفضـــائيات العربية يمكن أن يؤدى إلى زيادة الاستهلاك عامة والاستهلاك المظهرى بصفة خاصة ؛ مما يؤدى بدوره إلى نقص معدلات الادخار وعدم القدرة على تمويل الاستثمار . كما تعمل بعض البرامج الـــتى تبثها بعض الفضائيات العربية على استنـــزاف دخل المواطنين فى الاتصالات التليفونية من خلال التلـــيفون المحمول للاشتراك فى المسابقات الأمر الذى يساهم فى زيادة الإنفاق من الدخل الأسرى على هذه البنود ، ومن ثم التأثير سلبيا على الأولويات التى ينبغى أن يوجه إليها دخل المواطن . ويترتب على ذلـــك ضعف الادخار وعدم القدرة على التوسع فى تمويل الاستثمار ، ومن ثم اتجاه الدولة إلى المديونية الداخلية والمديونية الخارجية ، وقد تضطر إلى فرض الضرائب ؛ مما يؤدى إلى رفع معاناة الغالبية العظمى من محدودى الدخل .

ولا يقتصـــر الجانب الاقتصادى للفضائيات العربية على دراسة الجدوى الاقتصادية والاجتماعية للإنـــتاج الفنى وما يرتبط به من أنشطة متنوعة ، بل يمتد كذلك إلى تسويق الإنتاج باستخدام أساليب مـــتعددة مـــثل الاشـــتراكات المخفضة خلال فترة زمنية معينة ، والتى ترتبط بنظام الكروت الممغنطة المدفوعة مقدما (كروت الشحن) أو باستخدام الديكودر أو تسويق حزمة قنوات متنوعة مقابل قيمة نقديـــة معيـــنة . وقـــد تلجأ بعض القنوات الفضائية إلى بث قناة عامة مجانية ، يمكن الحصول عليها باستخدام الطبق الدائرى (الدش) ويتم خلال فترة زمنية محددة الإعلان ، عن البرامج الجاذبة عن طريق الاتصـــال بالتليفون أو بالبريد الإلكترونى والدفع بالكروت الإلكترونية الحديثة . وفى هذه الحالة تعتبر تكلفـــة بـــث الإرسال فى هذه القناة الإعلانية من أهم تكاليف التسويق للمحطة الفضائية . ورغبة فى الوصـــول إلى اقتصـــاديات التشغيل يمكن استخدام القناة العامة الدعائية للإعلان عن سلع وخدمات لشـــركات محلـــية ودولية . ومن ثم ، تساهم إيراداتها فى تغطية تكاليف التسويق للمحطة الفضائية مع تحقيق فائض مناسب .

ثانيا : الجوانب الإدارية للفضائيات العربية

تعتبر المحطة الفضائية مؤسسة اقتصـــادية تحتاج إلى الإدارة العلمية الرشيدة فى كل ما يتعلق باتخاذ القرارات المتعلقة بالتشغيل اليومى .

وتـــبدأ العملية الإدارية بوضع خطة عمل مستقبلية لأنشطة المحطة الفضائية ، وتشتمل هذه الخطة على أهداف عامة وأهداف مرحلية وبرامج عمل تحتوى على سياسات محددة من أجل تحقيق الأهداف فى التوقيتات المناسبة .

وتعتـــبر عملية التنظيم والاتصالات وتحديد المسئوليات فى المحطة الفضائية فى غاية الأهمية ، حيث يختلف الهيكل التنظيمى للمحطة عنه فى الأنشطة والمؤسسات الأخرى ، حيث يحتاج العمل إلى نموذج عمل الفريق ، ومن ثم يتكون الهيكل من فرق عمل مختلفة ، منها : فرق عمل للشئون الفنية والهندسية ، وفـــرق عمـــل للتسويق، وفرق عمل للمراسلين ، وفرق عمل للمعلومات والاتصالات ، وفرق عمل للإعلانات ،وفرق عمل للبحوث والدراسات ، وفرق عمل لإدارة الأزمات والطوارئ . . إلخ .

وفيما يتعلق بالتوجيه والرقابة يقوم رئيس فريق العمل بتوجيه المرؤوسين بشكل يومى ومستمر نحو تحســـين الاداء والتطوير المستمر لنظم وطرق العمل ، ومتابعة الأعمال ، وتصحيح ما يقع من أخطاء العمل أولا بأول .

واتســـاقًا مـــع روح العصر ، لم يعد هناك بديل من اتباع الفضائيات العربية لمنهج إدارة الجودة الشـــاملة بحيـــث تكـــون لإدارة المحطة الفضائية رؤية خاصة ، بها تنطلق من قناعتها بدورها القومى والاجـــتماعى والتـــنويرى ومهـــام محددة لتحقيق هذه الرؤية المشتركة بين الإدارة والعاملين فى المحطة الفضائية ، فضلا عن اعتماد أسلوب التحسين المستمر وتهيئة بيئة العمل الداخلى بما يتفق مع المتغيرات الخارجـــية المحلية والعالمية ، إضافة إلى تطبيق منهج العميل الداخلى الذى يعتمد على اعتبار كل فريق عمل عميلاً لبقية فرق العمل الأخرى ، يجب تلبية كافة متطلباته وتطلعاته أو رغباته الحالية والمستقبلية مع الاقتناع التام بأن العميل هو سيد السوق ، ويجب بحث ودراسة كافة أوامره وتلبيتها أولا بأول . . الأمر الذى يوجب على إدارة المحطة الفضائية استطلاع رأى جمهور العملاء فى خدماتها فى كافة قنواتها بشكل مستمر ، والوقوف على الإيجابيات والسلبيات والقضاء على كافة السلبيات وصولا إلى درجة العيوب الصفرية .

ولا يخفـــى أن إعادة الهيكلة الإدارية المستمرة للمحطات الفضائية ، تتطلب استمرار تطوير نظم الحاســبات الآلية والمعلومات وشبكات الربط ، وإعادة هيكلة نظم العمالة البشرية والهياكل الوظيفية والإدارية والمالية بما يتفق مع التغير فى حجم النشاط ، ومع التغيرات العالمية والمحلية المستمرة . ولنجاح كافة هذه الجهود ، لابد من الاهتمام بهذه المعلومات والبيانات الإحصائية وتحليلها وتوظيفها لدعم اتخاذ القـــرارات الإداريـــة ، ومـــراعاة نظم التسويق والإعلانات والإنتاج الفنى والمواد العلمية والمصنفات والرسائل الموجهة ، ووسائل الاتصالات المتبعة وتوسيع مداها وقدراتها فنيًّا وإداريًّا وتنظيميًّا .

ولا شـــك أن نجاح تطبيق أسلوب إدارة الجودة الشاملة فى الفضائيات العربية يحتاج إلى استخدام النظم الداعمة للجودة، مثل: نظم المحاسبة المالية والمراجعة ونظم التكاليف ونظم الحاسبات والمعلومات ، والجـــودة الفنية ونظم التدريب والتنمية البشرية ، وتقييم الأداء والرقابة على الجودة فنيا وإداريا بشكل مستمر .

وفى ضوء ما سبق ، نجد أن إدارة الفضائيات العربية تحتاج إلى مراجعة للالتزام بالمبادئ والأصول العلمية ، والفصل بين الملكية والإدارة والبعد عن الإدارة العائلية لبعض المحطات ، فضلا عن أهمية تحرر الإدارة مـــن الضـــغوط الحكومية والتمتع بالاستقلال فى اتخاذ القرارات حتى تتحقق لها المصداقية لدى المواطـــن العـــربى ، ويـــزداد الإقبال على مشاهدتها والإعلان فى قنواتها وما يرتبط بذلك من إيجابيات اقتصادية وقومية مهمة .

القيم الفنية فى شعارات القنوات الفضائية العربية

أ. أشرف أبو اليزيد(*)

مقدمة

حين اشتقت كلمة "لوجو" من اللغة اللاتينية كان يعنى بها : الاسم ؛ لذا يمكننا أن نعود بالتاريخ إلى الحضارة اليونانية لنسجل اختراع (اللوجو) رمزا يتكون من حرف أو علامة أو أكثر ، بديلا لاسم ، أو معنى ، أو موضوع .

وكان هذا الرمز يتكون – فى أغلب الأحيان – من الحرف الاستهلالى الأول للاسم المختزل . ولعلنا نذكر كيف كانت العملات الرومانية واليونانية تحمل علامة أو شعارا للحكام أو المدن . وظل تطور هذا الترميز قائما عبر العصور ، حتى ارتبط – بعد خروجه من السطوة الدينية والسلطوية – بالتجارة والفن معا ، بعد أن غدا يجسد العلاقة بينهما . وصرنا اليوم نرى فى الشعار / اللوجو معادلا موضوعيا للسلع التجارية، بل وأصبح هناك عرف وقانون دوليان لحماية العلامات التجارية من التقليد والتزوير ، بعد توثيقها وتسجيلها وتصنيفها ضمن مواد الملكية الفكرية .

ونحن نذكر كيف كانت العلامة التجارية ، قبل قرن من الزمان ، يتم ترجمتها حين تنقل إلى اللغة العربية ، ولعل أشهر ما ترجم كانت علامة (الكوكاكولا) ، التى حاول الخطاط نقل (الإحساس) الحر للحروف اللاتينية فى الأصل الإنجليزى ، الذى كان يجسد فى الوقت نفسه طقسا مجتمعيا يدعو إليه مشروب الكوكاكولا. وغير ترجمة العلامة التجارية بصريا ، كانت هناك محاولة أخرى لابتكار معادل ، مختلف ، مثلما فى علامة (شل) على سبيل المثال .

ولدى اختراع التليفزيون ، ودخوله إلى بلداننا العربية، كان من السهل أن يتم التمييز بين قنواته ، فلم يكن هناك لدى المشاهد سوى حفنة من المحطات البصرية الحكومية لا يسعه سوى تسميتها بالأولى والثانية ، وهكذا ، وهو تمييز كان يعتمد بالدرجة الأولى على المحتوى الذى تقدمه القناة التليفزيونية .

(*) المحرر الأدبى والناقد التشكيلى – مجلة العربى – الكويت .

ولكننا اليوم ، وفى ظل وجود عشرات القنوات الفضائية العربية المتشابهة فى المحتوى ، يبدو الحديث عن التمييز بينها أمرا عبثيا ، بعد أن اختلطت بشكل مثير ، فلا يكاد المشاهد يميز بينها إلا حين يتميز الشعار الذى توزعه هذه القنوات فى جهات الشاشة الأربع . وقد أصبح هذا التمييز صعبا فى أحيان كثيرة ، بعد أن رأينا بعض القنوات (تنقل) أو (تحاكى) قنوات أخرى أسبق عليها .

وفى الوقت الذى حرصت فيه بعض القنوات على الحرف العربى ، بسماته الواضحة الجميلة ، لم تجد قنوات أخرى غضاضة فى أن تتبنى الحرف اللاتينى تماما ، بينما حاولت مجموعة ثالثة أن تمسك العصا من المنتصف ، وأن تجمع الحرفين معا ، فى محاولة يائسة للوقوف على السلم المفضى للاتجاهين ، وكانت المجموعة الأخيرة قد اختارت التعامل مع الصورة رمزا .

فئات التصميم ومقوماته

سنحاول - بداية - تعرف فئات هذه المجموعات من تصميمات القنوات الفضائية العربية ، بتنميط بعض نماذج منها ، كما فى الجدول الآتى :

المجموعة	نموذج لهذه المجموعات من القنوات			
قنوات تستخدم الحرف العربى فى تصميمها	مجموعة قنوات الجزيرة	حزمة القنوات المحلية فى مصر التى تبث فضائيا والقناة الفضائية المصرية الثانية	قناة المنار	قناة العربية
قنوات تستخدم الحرف اللاتينى فى تصميمها	قناتا إم بى سى ، وإم بى سى ٢	القناة الفضائية المصرية	مجموعة من قنوات الأغانى مثل : نجوم ومزيكا	سبيس توون (للأطفال)
قنوات تجمع بين الحرفين : العربى واللاتينى	قنوات النيل التخصصية	قنوات دبى الفضائية	قناتا : دريم الأولى والثانية	مجموعة قنوات راديو وتليفزيون العرب
قنوات تستغنى عن الحرفين : العربى واللاتينى برموز بصرية	قناة الإمارات الفضائية	قناة قطر الفضائية	الفضائية الأردنية	القناة السعودية الأولى

هذا الطيف الشاسع من التنوع لا يخلق وحدة تصميم مقبولة جرافيكيا وبصريا ، بل إنه يفضى بنا إلى الفوضى البصرية التى تعانى منها مجتمعاتنا العربية فى كل مناحى الحياة .

إن هـــدف هذه الورقة ، لا يقف عند الحدود المعرفية لتنميط الشعارات ، بل أراه دعوة موجهة إلى كـــل المختصـــين – حســـب مجالاتهم – للتخلص من هذه الضوضاء البصرية ، التى لا تؤذى العين وحســـب ، وإنما تربى أجيالا لا تعنى بهذه القيم التى نعدها من ضرورات الحياة . فما فائدة بناء مجمع سكنى دون أن يكون مراعيا لقيم جمالية تساهم فى إذكاء العملية الإبداعية لساكنيه، وراحتهم النفسية ، بل وعدم المشاركة فى الضوضاء البصرية التى زاحمت حياتنا ؟!

ونحن نزعم أن وزراء الإعلام سيجتمعون عاما بعد عام ، دون أن يكون على أجندة اجتماعاتهم الاهـــتمام بهذه اللغة البصرية ، التى تترك للعشوائية حينا ، أو المبادرات الفردية حينا آخر ، ودون أن تكـــون هناك معايير واضحة من أى نوع لتصميم الشعار الذى هو الهوية ؛ فالشعار لا يقدم اسم القناة الفضائية وحسب ، بل هو حامل هويتها، مثله كالنشيد الوطنى وعلم الدولة .

القيم التشكيلية الصريحة للشعار

من الضرورى دراسة شعارات الفضائيات العربية ، من خلال القيم التشكيلية المصرح بها . ففى شـــعار قناة (الجزيرة) ، على سبيل المثال ، ندرك هنا انحياز مصمم الشعار إلى الخط العربى ، ووحدة الكتلة ، وكذلك اللون الذهبى ، الذى هو إشارة لرمال الجزيرة العربية ، أو أنه معادل موضوعى لقيمة الذهب ، التى تشى بالرصانة والقيمة والخلود .

وقـــد أصبح الشعار بكتلته وحدة بصرية نموذجية للعلامة التجارية ، وهو بذلك يكون قد حقق هدفه الأول فى توحيد اللغة البصرية لشعار القناة ، وإن مجرد مشاهدة ذلك اللوجو بأى حجم ، تنقلنا إلى رسالته : إنها قناة الجزيرة الإخبارية .

وحـــين بدأت قناة (الجزيرة) خطتها لإضافة قنوات تخصصية لم تتنازل عن الشعار الأم ، بل إنها وســـدته داخل إطار شبكى مريح للنظر ، وأضافت أدناه اسم القناة المتخصصة : الرياضية . وهكذا لم تفقـــد (الجزيرة) ذلك الربط بين الشعار الرئيسى ، والشعارات الفرعية ، وهو الهدف الثانى ، وأعنى به خلق شجرة عائلة للشعار الأساسى. وأعتقد أيضا أن هذه القناة نجحت فيه .

وإذا قارنا ذلك بالشعار الذى تقدمه القناة الفضائية المصرية فى إعلانها ، على سبيل المثال ، نجد تلك الخلطة التجارية التى تفتقر إلى الوضوح واللماحية فى الشعار النموذجى . فالقناة الفضائية المصرية أعتمدت صورة ثلاثة حروف لاتينية هى الأولى من ترجمة الاسم ، وحولت هذه الحروف بطريقة ما إلى ثلاثة أهرامات رمزا مصريا خالصا .

وإذا قارنـــا بين الصورة الشائهة التى كان يبدو عليها هذا الشعار ، والصورة البديلة المقترحة ، بوجـــود ثلاثة أهرامات مصمتة ، باللون الذهبى نفسه ، وتحتها (المصرية) مثلا أو (مصر) أو أية كلمة عربية مختارة ، لوجدنا أن ذلك أجدى وأنفع ، وأكثر قدرة فى نقل الرسالة البصرية . وقد ظل هذا الأمر الفـــنى الشائه حتى استقر لوجو القناة على اعتماد النسر الذهبى شعارا ، بعد ترك سماء العلم إلى ركن الشاشة الأيمن العلوى واستراح هناك ، ليدل على (رسمية) مبسطة وقوية فى آن واحد .

ونجـــد ، من ناحية أخرى ، أن الفضائية المصرية الثانية ، التى اختارت بقعة العلم بألوانه الثلاثة المميزة كأرضية ، ورقم ٢ طبقة عليا ، أكثر نجاحا فى وصول الرسالة (المصرية) للشعار ، ويمكن أن نجد حلولا أفضل فى شكل العلم وحجمه ، وعلى الرغم من أن الفكرة أكثر وضوحا من الفضائية المصـــرية الأولى بكـــثير ، تـــبقى الثرثرة التشكيلية فى إضافة الكلمة (المصرية) ، فأصبح لدينا رقم ، وحروفية ، وعلامـــة بصـــرية ، وهو زحام لا تحله أية قدرة تصميمية فى الحيز المتاح والمفترض ألا يعطل الصورة الأساسية التى تبث .

وغير ذلك من التحليل يمكن أن يقال عن القنوات المحلية - التى أصبحت فضائية مع بث : النايل سات - ونراها تتنافس فى التقليد . ويكفى أن القناة السادسة المصرية عندما بدأ بث قناة (٢) شـــقيقة إم بى ســـى ، المخصصة للأفلام الأجنبية ، سارعت السادسة باعتماد الدائرة ورقم ٦ داخلها ، وكأنها وجدت حلا سحريا للشكل النهائى لقناة محلية ، وسرعان ما تغيرت هـــذه الدائرة إلى مدار مفتوح ، ثم اعـــتمدت الخامسة الدائرة مع رقم ٥ بداخلها!! أما القناة الثالثة فقد تأرجحت من الأهرامات ، إلى رقم٣ ، إلى ما يشبه ثلاث كرات وهو أمر يؤكد لنا أن القيم التشكيلية التى يصرح بها الشعار لا تعتمد إلا على اجتهاد ، يصيب حينا ، ويخطئ أحيانا بسبب عدم وجود معايير ما فى التصميم .

والأمـــر نفسه يمكن أن نراه فى قناة التنوير ، فحروف (التنوير) يتم صفها بالكمبيوتر . لذلك ، فهى مرة كوفية وأخرى غير ذلك ، إنها لعبة تنويرية أكثر منها شعار قناة . ولا توجد أية قيمة تشكيلية فى التصميم غير المستقر .

القيم العربية التى تحضر أو تغيب فى شعارات الفضائيات العربية

وبالطـــبع ، فالقـــيمة هنا ليست بمعناها الأخلاقى ، ولكننا نقصد القيمة البصرية ، أى الوحدة الزخرفية التى تتردد فى الشعار ، وتكون لها جذور فى الذاكرة البصرية العربية .

وأولى هذه القيم الزخرفية هى الدائرة ، التى ترتبط فى الذاكرة العربية بالشمس ، ولذلك كثيرا ما نرى تردد هذه الشمس فى قناة سورية ، والسودان ، وسلطنة عمان ، والجماهيرية الليبيـــة ، إما على شكل دائرة كاملة بأشـــعتها ، أو إشارة بصرية لها ، أو حتى نصف الدائرة لشمس تشرق .

ثانية هذه القيم الزخرفية التشكيلية هى الطيور التى تشتهر بها الأرض العربية ، وأشهرها : الصقر، ونجده فى قنوات بعض دول الخليج العربية ، مثل قناة أبو ظبى ، وقناة الشارقة ، وقناة الإمارات ، مثلما وجدنا النسر فى سماء التشكيل المصرى للقناة الفضائية .

ثالثة هذه القيم هى السيف ، وهو الشعار المميز للقنوات السعودية ، مع قيمة بصرية عربية رابعة فى الشعار نفسه هى النخلة .

أما خامسة القيم الزخرفية فهو الحرف العربى ، ونعتقد أن إمكانات الحرف العربى لم يتم استغلالها بالكامل ، وهذا يحتاج إلى طفرة تصميمية تفتش عن الكامن فى هذا الحرف الجميل من قدرات زخرفية عالية .

وتأتى بدرجات متفاوتة قيم أخرى مثل علم الدولة (قطر ، البحرين ، مصر ، اليمن) سواء بألوانه وتفاصـــيله كاملـــة أو بمفرداته . كما تختار دولة كالكويت قيمًا زخرفية أخرى ، حين توظف أشهر معالمها : الأبراج ، ضمن تصميم الشعار المرسوم بالحروف العربية .

التشابه والاختلاف والتنافر

وفى التشابه والاختلاف بين شعارات القنوات الفضائية العربية ضرورات فنية ومحاذير مهنية . وإذا كنا نعتقد بسلامة التشابه بين عائلة القنوات الواحدة، مثل قنوات الجزيرة ، ودبى، ودريم ، وإيه آر تى ، فـــإن التشـــابه بين قناتين يصدران عن مؤسستين مختلفتين تماما ، أمر لا يعد مقبولا ، لا على الصعيد الجمالى ، أو القيمى ، والتجارى المهنى ، وما بالك بالهوية التى تحدثنا عنها .

ومـــن العائلات الناجحة فى تصميم العلامات المميزة (الشعارات) للقنوات الفضائية أيضا قنوات النـــيل التخصصية : فحرف النون الممتزج برشاقة بمقابله اللاتينى ، يستقر فوق الهويات الفرعية ، مثل النيل الثقافية ، والنيل للمنوعات ، والنيل للأخبار .

وعـــلى العكس ، يأتى الاختلاف بين القنوات التى تصدر من دولة واحدة ، ومؤسسة واحدة ، فيما نراه – مثلا – فى دولة الكويت . فأحيانا تعتمد الرقم وحسب داخل دائرة هندســـية تحمل شبهة التصـــميم الإســـلامى ، ومرة تمزج اللغـــة العربية بالإنجليزية ، وثالثة تقدم رمزا مكانيا ، كالأبراج ، مدمجا فى الحرف العربى ، وبذلك يمكن أن نقول إنها من عائلة واحدة لكن بين الأبناء صفات اختلاف أكثر من جينات الاتفاق والتشابه .

لكن ذلك النموذج يتضاءل أمام شعارات القنوات المحلية المصرية ، التى أصبحت – كما أسلفنا – فضـــائية بفضـــل نقلها عبر قمر النايل سات . ففى حين نجد القناة الأولى تساوى رقم ١ مع ما يشبه الشـــعاع أعلى رأس الرقم ، تأتى الثالثة – أخيرا – بثلاث دوائر ، أما الرابعة فرقم ٤ مرسوم بطريقة ســـاذجة فوق مركب ، والخامسة – من الإسكندرية – بالرقم ٥ داخل دائرة ، والسادسة عبارة عن مدار بيضاوى يقترب من الدائرى ، مفتوح وملون بقوس قزح ، وداخله الرقم ٦ ، والسابعة عبارة عن رمـــز لزهرة تشبه زهرة اللوتس فوق مجرى النيل كما اعتاد الفنان المصرى القديم تجسيدها ، لنصل إلى القناة الثامنة ، التى يستند بها طرفا الرقم ٨ على مركب فرعونى!

هـــذه الاختلافات البينة بين شعارات مجموعة واحدة من القنوات المحلية ، مرة يظهر فيها الرقم لاتينـــيا ، وأخـــرى يكتب عربيا ، لا يفسر سوى غياب وحدة ما فى التصميم ، ويؤكد أيضا وجود اجتهاد غير خاضع لرؤية أو دراسة فنية . وهو ما يمكن أن نسميه بأحد أنواع التخبط البصرى .

ولا يخفـــى على العاملين فى الحقل الإعلامى ، أهمية ، بل خطورة ، تلك البقعة التصميمية التى تلخص محتوى القناة الفضائية ، وتكاد تنقل رسالتها الإعلامية من أول وهلة .

ومما سبق ، يتضح لنا عدة نقاط :

١- لم تـــنجح الفضائيات العربية فى تحديد القيم الفنية التى تمنحها هويتها ، إلا فى حالات نادرة . فلم نصل – فى بعض الأحيان – إلى ثبات شعار رئيسى تتفرع منه شعارات فرعية، مثل سى إن إن ، وبى بى سى ، وتى فى ٥ ، التى تثبت شعارها وأدناها الإشارة الفرعية : الشرق ، آسيا ، الدولى ، إلى آخرها من التسميات الفرعية .

٢ - إذ تفشل الفضائيات العربية فى تثبيت شعارها وتحويله إلى علامة مسجلة ، بسبب ما يطرأ عليها من تغيير ، أو ما يعتريها من تبديل ، تظل هوياتها فى المرتبة الثانية ، ولا يبقى مميزا سوى النماذج القليلة التى أشرنا إلى بعضها فى السطور السابقة .

٣ - إن هــذا الفشــل يعكس - فيما يعكس - الفقر البصرى لبعض التصميمات ، واستسهال النقل والتقليد والمحاكاة ضمانا للنموذج الناجح .

٤ - كمـــا أن عدم الإيمان بقوة الهوية العربية ، التى تستمد أحد أسسها من أبجدية لغتنا العربية ، كان سببا أساسيا فى تباين استخدام الحرف العربى ، إلى درجة الاستغناء عنه تماما فى بعض الشعارات .

٥ - إن ذلــك كله انعكاس لاختلاط الهويات فى كل مناحى الحياة ، فى لافتات الشوارع ، فى أسماء الــبرامج ، فى الألقـــاب . هذا المنحى العام الذى قادنا إليه فساد الذوق حينا ، أو عدم وجود مدرسة عربية فى التصميم ، هو الذى أوصلنا إلى ما نحن عليه اليوم .

نحو قيم تشكيلية عربية للشعار العربى الفضائى

ربمـــا نحـــاول فى ختام سطور هذه الورقة أن نسعى إلى تحديد قيم تشكيلية عربية للشعار العربى الفضائى . ولعلنا نبسط الأمر أكثر بالوصول إلى البديهيات .

فهـــذه القيم الفنية سيكون من مهمتها مراعاة القيم التشكيلية المفتقدة ، والتى ترتبط بأكثر من عنصر فى عملية الإعلام الفضائى العربى ، والسعى إلى مدرسة عربية فى تصميم الشعارات :

- علينا منح الحرف العربى - بطاقاته الكامنة فى التشكيل والإيحاء - الفرصة كاملة من خلال الإصرار على تثبيته . إن ليونة الحرف العربى والقدرة على تطويعه تشكيليا تفوق ما لدى الأبجديات الأخرى . وإذ توصــــل فنانونا قبل مئات السنين إلى ابتكار شعارات بصرية من خلال الحروف التى تجسد طــيورا وثمارًا - على سبيل المثال - يجعلنا نؤكد أننا اليوم نهمل جزءا جوهريا من إمكاناتنا الفنية حين نتخلى عن الحرف العربى .

- إن الحرف العربى مسألة سيادة . ولذلك ، علينا - إذا اخترنا التعبير بلغتين عن الشعار لأسباب تجارية أو سواها - أن نمنحه مكانته المستحقة . إننا نسعى إلى أن تكون اللغة العربية إحدى اللغات الرسمية فى كل المحافل ، ولا يتأتى ذلك سوى بالإصرار على استخدامها فى تصميماتنا ، وشعاراتنا .

- علينا أن نسعى إلى إنشاء هيئات فنية لإجازة الشعارات ومراجعتها ، لتقديم الملاحظات التى من شأنها إزالة اللبس بينها، وعدم تكرار أو تشابه بعضها، لحماية الملكية الفكرية، والتمييز بين الهويات.

- فى المـــنطقة العربـــية كنوز بصرية تصلح مادة جيدة للعلامات والشعارات ، بدءا باللون الذهبى ، والأخضر ، والأزرق ، التى تعبر عن المعادلات الموضوعية للجغرافيا، مرورا بنباتات وطيور وحيوانات البلدان العربية . أين شجرة الأرز فى القنوات الفضائية اللبنانية؟ أين (دلة) القهوة العربية التى تعد رمز كـــرم الضيافة فى شعارات القنوات الفضائية الخليجية؟ أين حيوان المها فى بلد – كسلطنة عمان – يعتبره كنـــزا قوميا ويتعهد حمايته بالمحميات الطبيعية المثالية؟ أين زهرة القطن ، واللوتس فى القنوات الفضائية المصرية؟

- يمكـــن للمســـابقات التشكيلية لابتكار شعارات للقنوات الفضائية ، أن تكون زادا مهما لتجديد الشعارات التى نظن أن كثيرا منها بحاجة إلى التغيير .

الفضائيات العربية والمحتوى

المراهقون العرب وتليفزيون الواقع : أية علاقة ؟ وهل من بديل ؟

أ . اعتدال مجبرى(*)

مقدمة

تثير الفضائيات العربية – أكثر من أى وقت مضى – جدلا على خلفية ما تشهده المنطقة من تحولات وأحداث وضغوط خارجية ، ومن حيث مدى توصلها إلى صياغة خطاب ثقافى عربى ، خاصة وأن "الإعلام العربى المشترك ظل منذ أنشئت جامعة الدول العربية أضعف الآليات التى يسعى من خلالها العرب إلى بلوغ أهدافهم القومية" . ويرى معظم المحللين للواقع الإعلامى العربى أن "الإعلام العربى يعيش صدمة إعلامية على المستوى السياسى والتنظيمى والفني . فهو ضعيف الاستجابة لعولمة الإعلام ، مكبل بقيود السلطة ، تائه بين التبعية الفنية والتنافس السلبى على سوق إعلامية إعلانية محدودة" .

وعلى الرغم مما تواجهه من انتقادات ، وما يعاب عليها من ثغرات وسلبيات ، تحتل وسائل الإعلام العربية – عموما والفضائيات منها على وجه الخصوص – مساحة هامة فى حياة المواطن العربى. فمعدل مشاهدة الطفل العربى للتليفزيون " يصل إلى أعلى مستوياته فى المراحل الأولى من المراهقة ليفوق ثلاث ساعات يوميا ، ويصل أحيانا إلى ٤,٤ ساعات فى اليوم" .

وإذا عرفنا أن عدد المراهقين من فئة "١٥-١٩" فى منطقتنا بلغ سنة ٢٠٠٠ ما يزيد عن ٣١ مليون شخص أى ما يشكل نسبة ١١ بالمائة من مجموع سكان المنطقة ، ندرك أهمية البحث فى علاقة المراهقين بالتليفزيون وعلاقة التليفزيون بالمراهقين خاصة : أن فترة المراهقة تعد بالأساس "فترة بناء ثقافى واجتماعى ... ومن أن الأدوار الاجتماعية المستقبلية للمرأة والرجل تصنع اليوم فيما يغرس فى عقول المراهقات والمراهقين وما يتاح أمامهم من فرص وإمكانات" .

(*) مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث – كوثر – تونس .

ومع تنامى عدد القنوات الفضائية العربية وامتداد ساعات البث التليفزيونى ، شهدت البرامج تنوعا بقطع النظر عن محتواها . وأفرزت محاولة التفرد واستقطاب أكبر عدد من الجماهير العربية عامة ، والشبابية خاصة ظاهرة البرامج الواقعية أو ما يسمى بتليفزيون الواقع . وشهدت هذه الأخيرة إقبالا جماهريا منقطع النظير من ناحية ، وانتقادا كبيرا من ناحية أخرى . فما الذى استقطب اهتمام المراهقين بها ؟ وما الذى لجأوا للبحث عنه فى مثل هذه البرامج ؟ أأقاموا الدليل على إفلاس الفضائيات العربية على استقطابهم إلا من خلال برامج أو أفكار مستوردة ؟ هل من الفائدة فى شيء البحث عن الأثر الذى تخلفه ، أم أن الأجدى يمسى فى البحث عن بديل يحولهم من متلقين سلبيين إلى متلقين فاعلين ؟

إن التطرق إلى موضوع : "المراهقون العرب وتليفزيون الواقع : أية علاقة ؟ وهل من بديل؟" يحيلنا إلى أكثر من مستوى من الطرح ويتطلب منا دراسة بعيدة كل البعد عما أثارته برامج تليفزيون الواقع فى فضائياتنا العربية من جدل مبنى بالأساس على الأحكام التقييمية ، التى تحجب عنا متغيرات وحقائق يمكن أن تتضمن إنارات لصانعى القرار الإعلامى والسياسى حول واقع الشباب العربى ومن ضمنه فئة المراهقين .

لعل عنوان المداخلة يفرض الوقوف ، وإن ببعض النقاط ، حول كل عنصر من عناصر العنوان ومنها إلى جميع العناصر فى التداخل الذى تفرضه ... ويفرض علينا نسق الأحداث والتطورات التى شهدها كل عنصر من عناصر البحث فى الآونة الأخيرة محاولة استخراج المقاربات ، وطرح التساؤلات على خلفية السعى إلى تلمس خطوات نحو المعالجة الفعالة البعيدة ، كل البعد ، عما تناولته الصحف المكتوبة ومواقع الإنترنيت من مواقف مؤيدة ورافضة ...

ويمكن حوصلة هذه المستويات فى أربعة :

- **مستوى أول :** ويتعلق بالفضائيات العربية وما تطرحه من مفارقات .
- **مستوى ثانٍ :** ويتم من خلاله التطرق إلى واقع المراهقين العرب ، وإلى علاقتهم بالإعلام ، وببقية المؤسسات المتداخلة فى تشكيل هذا الواقع .
- **مستوى ثالث :** ويتعرض للعلاقة بين المراهقين ووسائل الإعلام عامة والتليفزيون خاصة .
- **مستوى رابع :** ويهتم بعلاقة تليفزيون الواقع بالمراهقين .

المستوى الأول : الفضائيات العربية :

هــى الجزء الأبرز من المشهد الإعلامى العربى ... ارتفع عددها حسب دراسة للمنظمة العربية للتنمــية الإداريــة لسنة ٢٠٠٤ إلى ١٢٠ فضائية تبث عبر القمر الصناعى العربى (عربسات) والقمر الصناعى المصرى (نايل سات) .

و لم يــنعكس التطور فى الكم على المحتوى حسب أبرز الدراسات ، وعددها قليل ، بل إنه خلق مفارقات عديدة لعل أهمها المتعلقة بأرضية الإعلام الهشة وآمال المشاهد المعلقة من ناحية ، وإقبال نفس هــذا المشــاهد على الفضائيات العربية من ناحية أخرى حتى قبل بروز "ظاهرة" تليفزيون الواقع على شاشاتنا ...

ففــى قــراءة لبعض ملامح المشهد الإعلامى العربى ، يتبين أن : سياساتنا الإعلامية تشكو من انفصام حاد بين الغايات والإمكانات وبين الشعارات والممارسات وعجز عن تحقيق أى نوع من التكتل الإعلامــى ، حيث يرتبط ذلك ارتباطا عضويا بالفشل فى إحداث نوع من التكتل السياسى ، وذلك نتــيجة منطقية لتبعية الإعلام السياسية . كما يتسم واقعنا الإعلامى بـــ "تسرب مشاهدينا إلى منافذ الإعــلام الأجنبــية لفقدان الثقة فى الإعلام المحلى" و "بإعلام فضائى معظمه مهاجر فى غير موطنه ، يستورد أكثر مواد الإعلامية" ... أضف إلى ذلك سهولة اختراق المساحات الإعلامية ، خاصة القنوات الفضائية منها ، لتوظيفها توظيفا أيديولوجيا فى غياب هيكل لتنظيم عمل وسائل الإعلام كما هو الشأن بالنســبة إلى العديد من الدول الأوروبية والأمريكية ، والتى جنحت إليه ، بعد إرسائها لأسس حرية التعبير والصحافة والرأى ، لحماية المستهلك من اختراقات يحددها "المستهلك" بنفسه ...

لكن واقع الإعلام العربى يحمل مفارقات عديدة أخرى، لعل أهمها : المساحة التى يحتلها التليفزيون من ضمن اهتمامات الأطفــال والمراهقين والشــباب العرب ، وذلك بالرغم من العــديد من الثغرات والمؤاخذات والسلبيات التى طبعت الإعلام فى منطقتنا .

ذلــك أن معــدل مشاهدة التليفزيون من قبل الطفل العربى يصل إلى أعلى مستوياته فى المراحل الأولى مــن المراهقة ، ويفوق ٣ ساعات يوميا ، ويصل أحيانا إلى ٤,٤ ساعات يوميا . وفى استطلاع للرأى قامت به وزارة الشباب والطفولة والرياضة بتونس سنة ٢٠٠٠ شمل ١٠ آلاف شاب فى ســن ما بين ١٥ و ٢٩ سنة ، تبين أن ٧٥ بالمائة من هذه الفئة تشاهد التليفزيون و ٨٨,٨ بالمائة يستمعون إلى الإذاعــة و ٧٠,٧ بالمائــة يقرأون الصحف . مع الإشــارة إلى أن ٣٣,٣ بالمائة من المستجوبين

يخصصون بين ١ و ٣ ساعات لمشاهدة التليفزيون . أما فى قطر ، فيخصص ٨٥ بالمائة من الأطفال ٤ ساعات فى اليوم لمشاهدة التليفزيون ، كما جاء فى مداخلة "لمحمد كريشان" من قناة الجزيرة قدمها فى إطار المنتدى الإقليمى للمجتمع المدنى حول الطفولة بالرباط سنة ٢٠٠١ . وكشف استطلاعاً أنجزته منظمة اليونيسيف سنة ٢٠٠٠ حول المرأة والطفل فى الإعلام الفلسطينى ، أن ٨٤,٤ بالمائة من فلسطينيى الضفة والقطاع من عمر ١٨ سنة فأكثر يشاهدون التليفزيون يوميًّا ، بينما يستمع ٥٧ بالمائة منهم إلى الإذاعة .

بعض ملامح المشهد الراهن للإعلام العربى :

- سياسات إعلامية تشكو من انفصام حاد بين الغايات والإمكانات وبين الشعارات والممارسات ، وعجز عن تحقيق أى نوع من التكتل الإعلامى ؛ حيث يرتبط ذلك ارتباطا عضويًّا بالفشل فى إحداث نوعٍ من التكتل السياسى ، وذلك نتيجة منطقية لتبعية الإعلام للسياسة .
- قصور شديد فى البحوث النظرية فى مجال الإعلام ، فضلا عما تدين به أكاديميات الإعلام العربية من تبعية أكاديمية للمدارس الغربية، وغياب البحوث الإعلامية ذات الطابع الجماعى .
- نصوص دستورية تؤكد مبدأ حرية التعبير وحرية النشر ، تفرغ من مضمونها بعبارات ناسفة تذيلها من قبيل "بما لا يتعارض مع المصلحة العامة" و "بمقتضى القانون" .
- تسرب مشاهدينا إلى منافذ الإعلام الأجنبية لفقدان الثقة فى الإعلام المحلى .
- صحافة رسمية يعتبرها البعض مثالاً نموذجيًّا لصحافة الولاء .
- تدفق إعلامى غائب أو شبه غائب ما بين الدول العربية .
- اهتمام ضئيل بشؤون الإعلام من قبل القائمين بالتنمية .
- إعلام فضائى معظمه مهاجر فى غير موطنه ، يستورد أكثر موارده الإعلامية .
- تحتل الدول العربية ذيل قوائم الإحصائيات الإعلامية التى تصدرها منظمة اليونسكو ومن استهلاك ورق الصحف إلى معدلات القراءة والاستماع .

المصدر : على ، نبيل : الثورة العربية وعصر المعلومات : رؤية لمستقبل الخطاب الثقافى العربى ، عالم المعرفة– الكويت ٢٠٠١

المستوى الثانى : المراهقون العرب :

لم يحـــظ المـــراهقون العـــرب - شأنهم فى ذلك شأن الفضائيات العربية - بالدراسة الكافية ... وتطرقـــت جـــل الدراسات العربية إلى فترة المراهقة باعتبارها فترة أزمة يتسم خلالها المراهق بمواقف متشـــددة تجـــاه محـــيطه الضيق والواسع فتحوله إلى رافض لكل ما يأتيه من الآخر ، أفرادا كانوا أو مؤسســـات ... ولعل فى تقرير تنمية المرأة العربية الثانى حول "الفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق" الذى أصدره فى موفى سنة ٢٠٠٣ مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" محاولة للخروج من الطرح الكلاسيكى الذى طبع دراسات المنطقة وبحوثها حول إلى المراهقة إلى اعتبار هذه الفترة بالأساس "فترة بناء اجتماعى وثقافى" تحكمها متغيرات عديدة :

(أ) متغيرات ناتجة عن الخصائص الفردية للمراهقين .

(ب) متغيرات تتعلق بخصائص العائلة .

(جـــ) متغيرات تتعلق بجملة المؤسســـات التى تطال حياة المراهقين كالمدرسة ووسائل الإعلام ، وسوق العمل والمؤسسات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية .

(د) متغيرات تتعلق بالتنظيم الاجتماعى الكلى فى بعده السياسى والأيديولوجى والثقافة والتقاليد والقيم الناظمة للحياة الاجتماعية كالدين ....

وإذا ما اعتمدنا هذا التعريف لفترة المراهقة ، يتبين لنا أنها حالة علائقية اجتماعية يصوغها طرفان: المـــراهق والمجـــتمع . وبأنه من غير المنطقى فهم المراهقة وإشكالياتها دون فهم المجتمع نفسه وخصائصه وديناميااته ، علاوة على مختلف الأنظمة القائمة به .

"والـــنظام القائم فى المجتمع العربى اليوم ليس نظاما تقليديا بالمعنى التراثى ، كما أنه ليس معاصرا بالمعنى "الحداثوى" بل هو خليط غير متمازج من القديم والحديث ، من التراثى والمعاصر" .

أضـــف إلى ذلـــك : مـــا عـــرفه العالم من تحولات على كل المستويات الاقتصادية والسياسية والعســـكرية والثقافـــية والأيديولوجية ، كانت المنطقة العربية من أكثر مناطق العالم تأثرا بها . بل إن "المراهقات والمراهقين العـــرب ربما كانوا الأكثر تأثرا من غيرهم لأنهم فى مرحلة تفتح وعيهم وتكوين قيمهم المثاليـــة التى اصطدمت بقوة بعالم متحـــول يتميز بتراجع لغـــة الدبلوماسية والحق لصـــالح لغة القـــوة" . فعـــرف المراهقون العرب - أكثر من أى وقت مضى - اندماجًا للقضايا المحلية بالإقليمية والعالمـــية فى وعيهم وتواتر مجموعة من الأسئلة الصعبة والمعقدة فى الوقت ذاته فى أذهانهم حول القيم الزائفة والحق والعدالة والحرية والظلم وأخلاقيات المقاومة وجدواها ودور المجتمع التحصينى ... وخلقت

فى سلوكاتهم ردود فعل متباينة تصل حد التشدد فيما يتعلق مثلا بالهوية الدينية والخصوصية الثقافية ... فى المقـــابل ، لم تـــتوافر لهذه الشريحة خيارات متنوعة لا على مستوى المؤسسات المتداخلة فى تشكيل هويتهم ، ولا على مستوى الأسرة "المخترقة" اقتصاديًا ودينيًا وإعلاميًا ...

كمـــا خلق تواتر الأحداث واختراقها لأدق تفاصيل حياة المواطن العربى ، رغبة فى اتخاذ مسافة منها لدى شريحة منهم والبحث عما يغذى لديهم : الحلم والانعتاق ونبذ الروتين الذى عادة ما تخلفه الأحـــداث السياسية والحروب وما يوافر لهم حلولا سهلة فى مواجهة واقع معقد ومستقبل مجهول وما يعوض إخفاق المؤسسات بما فيها الأسرة فى التواصل معهم ... إضافة إلى كل مقومات الإغراء المادى والجمالى ... فكانت برامج "تليفزيون الواقع" ... كإحدى آليات مقاومة الإحباط لديهم وإن لحين ...

لقـــد أبـــرز تقرير تنمية المرأة العربية الثانى لمركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" حول "الفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق" اعتمادا على مقابلات أجريت مع مراهقات ومراهقين فى سبعة بلدان عربية وهى : تونس ولبنان والبحرين ومصر واليمن والجزائر والمغرب ، بعد إقراره بصعوبة الجزم بوجود منظومات قيم على درجة من التكامل لدى المراهقين ، أن الهجرة تبقى من الخيارات المحبذة لدى المراهقات والمراهقين "وترتبط بالنسبة إلى عديد منهم بـــتأمين مستقبل أفضل سواء عن طريق الدراسة أم عـــن طريق العمل المجدى اقتصاديا . كما أنها شكلت فى حالات أخرى هدفا قائما بذاته هربا من الوضـــع الاقتصادى والسياسى فى البلد باعتبارها : المخرج شبه الوحيد المتاح للتخلص من الإحساس بالإحـــباط والضـــياع أو انســـداد الأفق" . كما لاحظ التقرير أن السعادة تعد بالنسبة إلى المراهقات والمراهقين حلما مؤجلا مما يشير إلى أن مصادرها فى المجتمع منعدمة .

المستوى الثالث : وسائل الإعلام والمراهقون :

تـــبين مما سبق وضعان لمجالين يبدوان للوهلة الأولى منفصلين ، إلا أن درجة التعقيد فى واقع كل منهما يحيل إلى واقع واحد تحكمه نفس المتغيرات وتساعد فى بلورته بالشكل الذى هو عليه . ومما يزيد الأمر تعقيدا فى تباين علاقة وسائل الإعلام بالمراهقات أو المراهقين بوسائل الإعلام ، "ولو" العلاقة أو "اللاعلاقة" أى تطورهما فى اتجاهين مختلفين فى الظاهر وتقاطعهما على أكثر من مستوى فى الباطن ... و"يأتى التليفزيون فى المرتبة الأولى بين غيره من وسائل الاتصال ، ليس فقط من حيث عدد الساعات التى يقضيها الطفل أمام شاشته، ولكن أيضا من حيث قوة تأثيره" .

ولئن شكلت الفكرة المحورية "أى التأثير" نقطة انطلاق البحوث العربية فى هذا الاتجاه ، فإن ما تناول منها كيفية مواجهة الوضعية القائمة يكاد يعد على الأصابع ، بل إن المستوى الأول من البحث بقى هو الآخر ضعيفا فى التطرق إلى علاقة المراهقين بوسائل الإعلام . ففى دراسة تحليلية للدراسات والبحوث الميدانية التى أجريت على الطفل العربى من سنة ١٩٦٠ إلى سنة ٢٠٠٠ فى محاولة لاستخلاص العلاقة بين الأطفال العرب والتليفزيون ، أحصت الباحثة دراستين تناولتا علاقة الطفل بالتليفزيون فى مرحلة المراهقة المبكرة بشكل مستقل أى ما نسبته ٢,٢ من إجمالى ما أجرى من بحوث ودراسات حول الطفل العربى حتى الآن . كما رصدت الدراسة ٦ بحوث تتطرق إلى علاقة المراهقين بالتليفزيون فى فترة المراهقة المتأخرة (١٥-١٨) وهو ما يشكل نسبة ٦,٥ من إجمالى الدراسات والبحوث المجراة عربيا فى تلك الفترة ، علاوة على أن الست دراسات المذكورة أجريت كلها فى مصر ... أما عن الأطفال فى مرحلة المراهقة عموما (١٢-١٨) ، فإن دراسة واحدة أجريت فى قطر تم رصدها فى الفترة نفسها ، وتعلقت باستطلاع آراء عينة من النشء والشباب فى برامج التليفزيون وشكلت نسبة ١,١ بالمائة من إجمالى ما أجرى من دراسات حول الطفل والتليفزيون ...

ويعد تقرير تنمية المرأة العربية الثانى حول "الفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق" من بين الإصدارات النادرة فى المنطقة من حيث جمعها لسبعة بلدان عربية وارتكازها على شهادات المراهقات والمراهقين أنفسهم . وتبين من خلال التقرير أن متابعة وسائل الإعلام وخاصة منها التليفزيون تعد من الأنشطة الرئيسية لدى المراهقات والمراهقين . ويبحث أغلبهم فى هذه الوسائل عن التسلية والترفيه . فيتابعون المسلسلات والأفلام العربية والأجنبية وأفلام الكرتون والمغامرات والمسابقات والموسيقى ، ولا يولون فى المقابل اهتماما بمتابعة الأخبار مثلا أو البرامج التربوية والوثائقية والعلمية . كما تبين من خلال التقرير أن الموسيقى على اختلافها تعد اهتماما أساسيا فى كل البلدان التى شملتها الدراسة وفى كل الفئات الاجتماعية ...

نحن إذًا بصدد دراسة فئة لم تحظ بالاهتمام الكافى فى البحوث والدراسات العربية وهى فئة المراهقين ، وإن حظيت بنصيب منها ، فهو لا يتعدى التطرق إليهم باعتبارهم أطراف أزمة فى المقام الأول ، وأمام مجال لم يخرج من "الانتقاد والتحذير" فى بحوثنا العربية من ناحية ثانية ... على الرغم من أن "السحرة الجدد" على حد تعبير "إينياشيو رامونيه" فى إشارته إلى وسائل الإعلام "يدخلون أذهاننا عنوة ، دون أن نشعر ويزرعون فيها أفكارا ليست منا" ...

وينسحب هذا الأمر بشكل كبير على فئة المراهقين التى ، ولئن اعتبرت شريحة غير منتجة للثقافة، إلا أنها تعد مخزنا للقيم الثقافية الاجتماعية التى تساهم فى بلورة شخصية مواطن الغد . وأقبلت هذه الفئة – شـــأنها فى ذلك شأن الجماهير العربية – على تجربة التليفزيونات الفضائية مجردة من أية مؤهلات أو مهارات تساعدهما فى التعامل النقدى مع وسائل الإعلام والرسائل التى تحاصرها وتفقدها مناعة الانتقاء فتجعلها قابلة للاختراق . فلطالما تعاملت الأقطار العربية مع وسائل الإعلام باعتبارها :

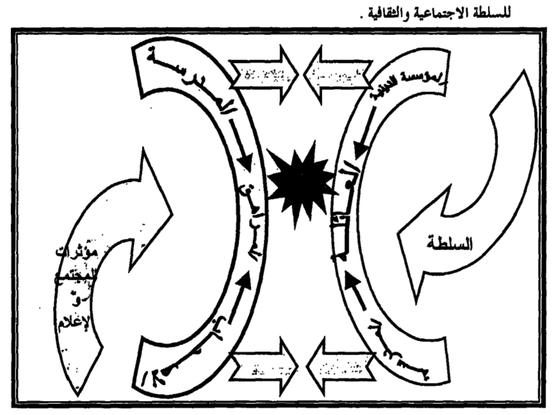
- أدوات تعبـــئة ودعايـــة ينحصر دورها فى الدعاية للحاكم ، وتبرير اختياراته وقدراته ، وليس تكوين المواطن الواعى والناقد والمسؤول .
- بتنصيب نفسها الوصى الراشد على الجماهير بممارستها رقابة كاملة على محتويات هذه الوسائل .

ومـــع انقضاء عهد احتكار الدولة لوسائل الإعلام ، وجد المشاهد العربى نفسه فى مواجهة سيل عارم من البرامج والمحتويات والرسائل التى لم يؤهل التأهيل المناسب لمواجهتها ...

أضـــف إلى ذلك الخلل المتمثل فى "ضـــعف الإنتاج المحلى الذى لا يتعدى فى أحســـن الحالات ٥ بالمائـــة من برامج البث" وانعدام وعى القائمين على سياسات الإعلام والاتصال فى منطقتنا العربية" بـــأن الإنـــتـــاج الاتصالى هـــو اليوم أكثر من أمس فى صـــلب الصراع التكنولوجى والاقتصـــادى والأيديولوجى" ، وهو ما عبر عنه الباحث "رونى تريقورى" متحدثا عن المجتمع الفرنسى واصفا إياه بأنه "مازال بعيدا عن إرساء قيم يواجه بها تحديات مجتمع الإعلام والاتصال ، بسبب تراجع قدرة الاقتصاد الفرنســـى عـــلى المنافســـة ووهن تطور معارفنا ومحدودية جدوى نظامنا التربوى ، وضعف إشعاعنا الثقافى"...

أما فيما يتعلق بفئة المراهقين ، فثمة حقيقة لا يمكن التغافل عنها : فهم أصبحوا اليوم فى حل من مراقبة والديهم ، ويعيشون هامشا من الحرية والاستقلالية . وأكد تقرير تنمية المرأة العربية الثانى فى هذا الإطـــار تقلـــص دور الأسرة على أهميته بشكل متدرج لصالح مؤسسات أخرى كالمدرسة والمؤسسة الدينية ووسائل الإعلام . وقد أصبحت هذه الأخيرة تضطلع بدور متزايد الأهمية فى تكوين سلوكيات المراهقين بسبب ما تتمتع به من ميزات لا تتوافر فى المصادر الأخرى .

رسم ١ : مخطط لعناصر التصادم بين المراهق والمدرسة والعائلة والمؤسسة الدينية ، باعتبارها مؤسسات ممثلة للسلطة الاجتماعية والثقافية .



المصدر : تقرير تنمية المرأة العربية الثانى حول "الفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق" . مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" . ٢٠٠٣

المستوى الرابع : المراهقون بين تليفزيون الواقع والواقع

"إن وســـائل الإعلام والاتصال لا تخفى عنا اليوم شيئا ، لكن هل تعلم هذه الوسائل أحدا شيئا" وجـــدت فى تساؤل عالم الاجتماع الفرنسى "فرنسيس بال" تمهيدا مناسبا للتطرق إلى علاقة المراهقين العــــرب بتليفزيون الواقع وما يعلمه ، إن حافظنا على تعبير "فرنسيس بال" نفسه ، للمراهقين العرب مرورا بالبحث فى سبب إقبالهم عليها وما وجدوه فيها من ضالة .

مـــالذى يوفره تليفزيون الواقع ؟ بمراجعة الأدبيات العربية والأجنبية حول وسائل الإعلام عامة والتلـــيفزيون خاصة ، يمكن لنا الانطلاق من خصائص حددها المهتمون بالموضوع للتليفزيون . قراءة يمكن أن تشكل إنارة لما توافره هذه النوعية من البرامج إما على المستوى التقنى أو المحتوى أو الخطاب :

■ قال عالم الاجتماع الفرنسى "ميشال فوكو" : الخطاب ليس مجرد قول يكشف أو يعبر عن ممارسة ، بـــل إنـــه ممارسة وفعل فى الواقع" . ويضيف : "إن الخطاب ليس فقط ما يترجم الصراعات أو بنى الهيمـــنة بل هو ما يتصارع من أجله وما يتصارع به" ... وإذا ما سلمنا بأن تليفزيون الواقع يعكس فكـــرة موجهـــة إلى جمهور معين يراد بها تحقيق أهداف معينة ، يمكن اعتبارها خطابا بما أنه ممارسة وفعـــل فى الواقع ، خاصـــة أن مفهوم الكتابة فى وســـائل الإعلام "يمتد إلى التصـــوير والإخراج والإنـــتاج" . فتليفزيون الواقع يستعمل أسس الخطاب أى : ما يتعلق منها بحجج السلطة . والواقع سلطة فى حد ذاته يضاف إليها سلطة وسائل الإعلام .

■ "منذ عام ١٩٩٥ الذى يعد بداية الانتشار الكثيف للقنوات التليفزيونية الفضائية ، أخذ عالمنا يتحول فعليا وبسرعة من ثقافة المطالعة إلى ثقافة المشاهدة أى من إعلام التركيبات الحرفية إلى إعلام الصور وتركيباتها" .

■ فى تحديدها لانبهار الطفل بالتليفزيون أكدت الإستراتيجية الإعلامية العربية فى علاقتها بمكانة الطفل أن هـــذا الأخير "يعتقد أن ما يراه من شخصيات ومواقف فى المواد البرمجية والدرامية والترويجية إنما هـــى شخصـــيات ومواقف حقيقية لا افتراضية ، وكلما ارتفعت قدرة هذه المواد على إبهار الطفل وجذب اهتمامه ترسخ اعتقاد الطفل بأن هذه الشخصيات والمواقف هى العالم الواقعي " .

■ "ويمتاز التليفزيون عن بقية وسائل الإعلام الأخرى بأنه متعة الاستعراض والمشاهدة والفرجة" . وأن مـــتلقى العـــرض التليفزيونى "لا يتلقى الكلمات بل يستمع أيضا إلى الأداء ونبرات الصوت . كما يراقب نظرات العين وحركات الذهن ، والكشف عن معالم الوجه والإيماءة" ...

إن مخـــتلف العناصـــر الواردة أعلاه لخبراء فى مجال الإعلام تحيلنا إلى الإقرار بأن تليفزيون الواقع يرتكز على عناصر قوة فى تصميمه وإنتاجه ترتبط ارتباطا وثيقا باحتياجات المشاهد من ناحية ، وبقدرة التليفزيون من ناحية أخرى ، إضافة إلى عناصر الترويج المتوافرة فى هذه النوعية من البرامج ؛ إذ تغذى الشعور بالانتماء إلى فئة معينة وهى الشباب وإلى وطن وإلى منطقة . وهى تتيح التفاعل الذى عادة ما تفـــتقد إلـــيه بـــاقى البرامج ، بل إنه يعمق الإحساس بسلطة القرار المفقودة فى ممارساتنا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية . والأهم من هذا كله ، يقدم تليفزيون الواقع حلولا ونتائج ملموسة كالشهرة والزواج وصولا إلى تقديم منتوج إلى السوق وتسويقه .

ولـــنا أن نتساءل : ألم يستعض المشاهد بمثل هذه البرامج عن كل أنواع الكبت التى يعيشها على المستويات السياسية والإعلامية والاجتماعية ؟

ألم تســتغل بعض الدول العربية انفجار هذا الكبت وسمحت ، بل حرضت على خروج شبابها "وشعوبها أحيانا" فى مظاهرات احتفالا بممثلها "الزعيم - السفير" فى مثل هذه البرامج أو احتجاجا على إقصائه ؟ وهى التى أعلنت حالات الاستنفار القصوى أمام مظاهرة تنديد باحتلال العراق ؟

ألم يستعض المشاهد عبر هـــذه البرامج عن الانتخابات السياسية فى بلده ومصـــادرة رأيه ، فاتجه نحو انتخابات أسبوعية أقنعه القائمون عليها بأنها حرة، ووفروا - وإن فى الظاهر - لـــه كل الضمانات للاقتناع بأنها بالفعل حرة . ؟

ألم تسنح هذه البرامج الفرصة للدفاع عن الوطن فى زمن أصبح الوطن فيه جريمة ؟

ألم تقم هذه البرامج الدليل على الفقر الثقافى الذى يعيشه الشباب العربى بل الشعب العربى ؟

ألم تشكل الأرقام الدالة على الإقبال على مثل هذه البرامج دليلا قاطعا على قطع أواصر الثقة بين المشاهد العربى وكل المؤسسات المحيطة به ، بل وبينه وبين كبرى قضايا وطنه العربى ؟

ولم يبتعد تليفزيون الواقع عما حددته الأسباب العلمية لعناصر الشد والإغراء والنجاح فى علاقة كـــل وسيلة بمستهلكيها ، وعلاقة المستهلكين بالوسيلة . "فوسيلة الإعلام تعد نشاطا إنسانيا مختلفا ، تـــنظم الواقع فى إطار نصوص واضحة من أجل تحقيق الحركة" ... ويتبين لنا من خلال هذا التعريف المختلف نوعا ما عما سبقه من تعريفات أن عناصر جديدة عرفت طريقها إلى وسائل الإعلام ، وهى :

النشاط الإنسانى :

الذى يعطى أهمية للبعد الإنسانى مقارنة بالبعد التقنى ...

النشاط :

ويحيل إلى المسار التقنى الذى تنتهجه وسيلة الإعلام من خلال ما تقدمه من برامج ، وهو يفوق فى أهميته المنتوج فى حد ذاته .

الحركة :

ومعناها : المدى الذى يصل إليه المنتوج الإعلامى أو منتهاه ...

تنظيم الواقع فى نصوص :

أى تقديم سيناريوهات متعددة للواقع وتقديمه من خلالها .

الوضوح :

ويمكن أن تحيلنا إلى الشفافية ، وما توافره من إمكانات مساءلة ...

فهـــل يحـــق لنا بعد هذا أن نتساءل عن سبب الإقبال الذى تعرفه هذه النوعية من البرامج التى اســتقت أهميــتها ، ونجاحهـــا من توظيف ذكى لأدبيات الاتصال والإعلام ، وما أثبتته من شروط الاخـــتراق الذكـــى لحياة المشاهد ؟ وهو ما يتفق وتصريح لمخرج برنامج "نبيل الأسمر" لجريدة الحياة بـــتاريخ ١٧. ٠٤. ٢٠٠٤ حين قال :"بعد هذه التجربة لا يخطر فى بالى إلا العمل فى برامج الواقع . فالعمل كان مميزا من ناحية السيناريو . والقصة تكتب نفسها بنفسها ، كما أننا عملنا على إنتاج دراما حقيقية" . وكذلك أقرت مخرجة برنامج : ستار أكاديمى ، "فيفيان زكور" فى العدد نفسه بأن "الحدث هـــو الـــذى يتحكم فى المخرج وليس العكس ... الحدث الذى يعطينا إياه المشتركون بطريقة عفوية وسريعة" ...

تؤكـــد وســـائل الإعلام – وأكثر من أى وقت مضى – دورها ، بل أحقيتها فى لعب دور فى المجـــتمع وهى بالتالى تؤثر فيه وفى تشكيل طبيعة العلاقات بين مختلف الفئات الاجتماعية . واستمدت وســـائل الإعـــلام هـــذه الأحقية مما تسخره من إمكانات لبلوغها أهدافًا معينة ومما خلفته المؤسسات الأخرى بما فيها الأسرة من فراغ حدا بالشباب بالخصوص إلى محاولة البحث عن مخـــرج ، وإن بصفة مؤقـــتة ، يمكـــنه مـــن الإفلات ، وإن لحين ، من حالة عدم الاســـتقرار الاجتماعى والاقتصـــادى والسياسى الذى يطبـــع واقعنا العربى .

وبما أن المواطن العربى – ككل – فقد الأمل فى فسحة تغيير حقيقة فى حياته ، فمن الطبيعى أن نجده يقبل على أية بضاعة مستوردة، خاصة إذا ما تأكد من فساد بضاعته المحلية أو انتهاء صلاحيتها ... وقدمت له الأولى فى شكل يلعب القائمون عليه على ساحة الفراغ التى يعيشها وحواسه المقيدة ورغباته المكبوتة . فالتليفزيون صار يقترح بقوة بدائله المشوقة –الآسرة– المفجرة للرغبات والأحاسيس ، المشبعة والمعوضـــة لشتى أنواع الرغبات المحاصرة بالثالوث المحرم . وتليفزيون الواقع حسب الكاتب الفرنسى "فيليب موريه" "ليس الواقع الذى يدخل التليفزيون ، بل هو التليفزيون الذى يمحو الواقع ويبتلعه" .

إن تعـــامل المشـــاهد العربى مع "تليفزيون الواقع" وتفاعله معه أقام الدليل على واقع انصهر فى بـــرنامج معين فعكس إحباطات المشاهد فى طريقة تفاعله معه . فمن مظاهرات تندد بإقصاء طالب ، وتـــتحدث عـــن "مؤامرة" حيكت وفقا للمعادلات السياسية إلى أخرى يعلن فيها النصر وترفع فيها

الأعــــلام ابتهاجًا بقرار ، خالوا أنفسهم أنهم شاركوا فى صنعه فى إطار سمح لهم بمتابعة آلية الديمقراطية المنتهجة لأجل تحقيقه ومراقبتها ...

إن الكلمات المفاتيح تحيل إلى واقع مغاير تماما خارج "تليفزيون الواقع" ويفتقر إلى حد الآن إلى آفاق تغيير واعية وحقيقية ... فنجاح تليفزيون الواقع فى مجتمعنا العربى "على الرغم من كل الضغوط التى تفرضــــها التقاليد والحميمية المزيفة التى تعرض على الشاشة ، ليس لأنه ظاهرة جديدة فحسب ، وإنما لأننا نفتقر إلى واقع جميل فنحتاج إلى لمسات إضافية على الواقع ولأن مخيلتنا متعبة منذ زمن ، ونحتاج للمسة إضافية على الخيال ..."

إن الربط بين إقبال المراهقين فى المنطقة العربية على مثل هذه النوعية من البرامج وما توصل إليه تقرير "الفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق" يعد من الأهمية بمكان فى قراءة الواقع الحالى واستشراف المستقبل . ورصد التقرير ، انطلاقا من شهادات لمراهقات ومراهقين ، مواقفهم وآرائهم وتطلعاتهم فى خصوص مسائل ومؤسسات تساهم بشكل كبير فى تشكيل هويتهم وشخصيتهم ... فتبين أن :

"بـــناء شخصية متفردة ومبادرة تتمتع بهامش من الوعى المتسق والاستقلالية الذاتية لا يعتبر هدفا تـــربويا فى تعـــامل المجـــتمع مع المراهقات والمراهقين وتطوير نسق العلاقات داخل الأسرة والمدرسة وهياكـــلها ... فالظروف الراهنة المحيطة بالمراهقات والمراهقين غير مساعدة عموما على تبلور المشروع الفردى المستقل ذاتيا لديهم" .

"وجاء تليفزيون الواقع لسد هذه الفجوة ، فراح يدفع بمجموعة من الشباب والشابات فى خضم مواجهة هدفها اكتشاف الطاقات والحواس والوعى الكامن بضرورة الصيرورة الفردية لكل مشترك ... كمـــا أنها حققت – فى وجه من وجوهها – استقلالية الفرد وسلطت ضوءا ساطعا ، بدا ممنهجا على هذا الجانب الحيوى . فرأى كل شاب عربى صورته وصوت أعماقه يتجسد على الشاشة" .

كمـــا تبين من التقـــرير أيضا أنه على الرغم من تمسك المراهقين بالأســـرة والأهمية التى تمثلها بالنسبة إليهم، إلا أنهم أكدوا:

- ضعف الحوار والمبالغة فى السلطوية المستمدة من الموقع الأبوى داخلها .
- ضـــعف اتصـــال الأهل مع أصدقاء أبنائهم ونقص فى متابعة حياتهم الدراسية ، مما يعزز مساحة التفاعل مع مصادر أخرى للمعرفة وللحوار والترفيه ، وعلى رأسها التليفزيون ؛ إذ تبين من خلال الـــتقرير احـــتلال هذا الأخير لمساحة مهمة فى حياة المراهقات والمراهقين ، وما يوفره من فرص لتحقيق الذات .

كما يرى المراهقون فى المدرسة معبرا إجباريا ومملا إلى مجال العمل والحياة العامة فهى :

- غير جذابة ولكنها ضرورية لتحقيق المستقبل .
- النظام فيها صارم وبأن الأستاذ أصبح فيها موظفا لا يولى اهتماما لعمله ولا يصغى لتلاميذه .
- الاختصاصات والمواد فيها تخضع إلى التراتبية .

واعترض المراهقون من خلال التقرير على أسلوب التلقين المنتهج داخل المدرسة وانعزالها عن الحياة ...

"فالإقبال المنقطع النظير على برامج كهذه يؤدى إلى إفلاس المحتوى التربوى والثقافى العربى الموجه إليهم ... فالعقل التربوى العربى بقى مكانه ، فلا هو يقوى على مقاربة ما يجرى فى العالم ... ولا على تحطيم المحرم الكريه الذى يحيط بواضعى المناهج والبرامج " ، ولا هو قادر على خلق مساحات للتفكير والخلق والإبداع وبناء ذات متفردة .

إن الارتباط الملفت بين ما توصلت إليه الدراسات ومعالجة النقاد والإقبال المنقطع النظير على هذه النوعية من البرامج يبين بصفة واضحة وجلية أن "اللعبة كلها موجهة إلى هذا الجمهور ... إن هذا الجمهور هو الحلقة الأساس هنا ؛ لأنه هو الممول الحقيقي . فإذا كان عارفا سلفا بكل هذه الحقائق المحيطة باللعبة كلها ، سيكون قد مول بملء إرادته ساعتين أو ثلاث ساعات يومية أو أسبوعية من اللعب المتواطئ .. أما إذا غفل عن هذا كله ، فسيكون هو الضحية المخدوعة بامتياز" .

هل من بديل ؟

قبل أن نتطرق إلى أحد البدائل الأكثر انتشارا اليوم فى العالم والذى لم يعرف بعد طريقه إلى المنطقة العربية وهو "التربية على وسائل الإعلام" ، لا بد من الإشارة إلى تجربتين لا يمكن ألا تستوقفا كل محاولة لدراسة "تليفزيون الواقع" . **الأولى** تتمثل فيما أقدمت عليه شبكة "آى تى فى" البريطانية الخاصة من توظيف لتليفزيون الواقع لرصد النائب المثالى فى بريطانيا يطرح ترشيحه للانتخابات التشريعية المقرر إجراؤها سنة ٢٠٠٦ . ويهدف البرنامج وعنوانه "صوتوا من أجلى" إلى تشجيع المشاهدين على الاهتمام بالشأن السياسى . ويقوم بذلك المشاهدون باختيار مرشح مثالى لا للغناء أو الرقص بل ليكون عضوا فى مجلس العموم . وعلى المرشح أن يختبر بعد ذلك قدراته ميدانيا فى إطار انتخابات حقيقية .

وتتمثل التجربة **الثانية** فيما قام به نجوم loftstory بإحيائهم حفلا لفائدة جمعية تعنى بالأطفال المرضى "الأمراء الصغار" .

وعـــلى الرغم من إمكانات التوظيف التي يوفرها "تليفزيون الواقع" والتي يمكن أن تعدل وبشكل كبير المواقف والسلوكيات ، وتحد من وقع "الصدمات" إن على المشارك أو المشاهد ، فإنها تنحصر في إطار محاولات يمكن أن تعرف طريقها إلى الفشل على خلفية عدم توافر عناصر الجذب فيها ... لذلك بـــات لـــزاما التفكير في آلية تمكن المشاهد نفسه من غربلة ما يوجه إليه من مواد وما يطرح عليه من خطابات وأفكار وما يقدم إليه من منتوج . وهذا ما توافره "التربية على وسائل الإعلام ..."

إن التربـــية على التعامل مع وسائل الإعلام "حقل ناشئ متعلق بالعمليات المرتبطة بمعرفة وسائل الإعـــلام في البـــث والتحلـــيل الـــنقدي لمحتوياتها وشكلها ، وبنيات الرسائل الإعلامية وفهم السياق الاقتصادي والاجتماعي والسياسي الذي تبنى من خلاله هذه الرسائل ، وتقييم تأثير وسائل الإعلام في الفرد والمجتمع" .

إن الاهـــتمام بمجـــال التعامل مع وسائل الإعلام ، قطع أشواطا في المجتمعات الغربية ، فرضته الـــتحولات الكـــبرى التي شهدها الحقل الإعلامي في العقود الأخيرة ، والتدفق الذي عرفته المضامين والخطابات عبرها ... وبقدر ما توافرت للمشاهد قنوات عديدة ومتنوعة ، بقدر ما زادت هذه القنوات في ضبابية المشهد الإعلامي وصعوبة حصر أو التعرف إلى القائمين عليه . لذلك اتجهت المحاولات نحو "المستهلك" لتسليحه بمهارات ومعارف تخول له التحول من "مستهلك سلبي" إلى "مستهلك فاعل" قادر عـــلى "فهم الوضعية التي يوجد فيها عند تعرضه إلى خطاب إعلامي" ... وهو ما يقوي لديه الاهتمام بوضـــعه كمســـتهلك لمـــادة إعلامية ، فيتعرف أساليب التعامل مع لغة جديدة متمثلة في الصورة ، واســـتخدامها مـــع الأصوات في الفهم والتحليل والنقد . كما تساعد التربية على التعامل مع وسائل الإعـــلام على تعرف القوالب النمطية وتجاوز الأحكام المسبقة التي يفرضها الخطاب الإعلامي لأغراض معينة . وتنتج التربية على التعامل مع وسائل الإعلام مشاهدا فاعلا تواقا إلى الاكتشاف والنقد وتنمية المهارات والمعارف ...

" وبشكل عام ، فإن التربية على وسائل الإعلام تطور مهارات مرتبطة بفهم سيرورات الإنتاج في وســـائل الإعلام والتأثير الذي تمارسه . إنها تسعى إلى تعليم المهارات المطلوبة لاستخدام وتقييم وسائل الإعلام ، وتبليغ المعلومات في أشكال متنوعة من الرموز واللغة السمعية - البصرية" .

ويعتـــبر مجـــال التربية على التعامل مع وسائل الإعلام من الثراء بمكان ، إذ يوفر معارف عديدة بمقاربات عديدة ومتنوعة تشمل المقاربة الجمالية والسوسيولوجية والمقاربة الأخلاقية والسوسيوسياسية

والسوسيوتاريخية والاقتصادية ، والممارسات المعرفية للمتلقى فى استخدام وسائل الإعلام ... وهى مقاربات تمكن من تحليل متعدد الأبعاد لمضمون الرسالة الإعلامية . فيفكك المتلقى الأطر المحددة للمنتوج المقدم له والتقنيات المستخدمة لإيصاله إليه بأكبر أثر ممكن، ووظيفة كل عنصر من عناصر الإنتاج والمنتوج والمصالح التى يتم الدفاع عنها من خلالها . وتذهب التربية على التعامل مع وسائل الإعلام إلى أبعد من ذلك ، فى اهتمامها بتاريخ تكنولوجيا الإعلام والاتصال الثقافى والاجتماعى على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية ، إضافة إلى دورها الاقتصادى .

ولئن انطلق الاهتمام بالتربية على وسائل الإعلام فى الغرب فى السنوات الخمسين ، وعملت جل الدول على إدماجها فى التعليم ، إلا أن البلدان العربية لم تتجاوز المستوى الأول فى التعامل مع وسائل الإعلام ، والمتمثل فى "التربية بواسطة وسائل الإعلام" . كما أننا لا نزال فى مرحلة "يتبادل فيها رجال التربية ورجال الإعلام التهم ، ولا يزال مفهوم التربية على التعامل مع وسائل الإعلام مفهوما غائبا ومغيبا ، ولا يبدو أن المسألة تشكل هاجسا أو انشغالا سواء داخل الأطر الأكاديمية أم خارجها" .

وعزا الأستاذ الجامعى "عبد الوهاب بوخنوفة" من جامعة الجزائر انعدام الاهتمام هذا إلى ما جاء فى بداية هذا المقال من وصف للمشهد الإعلامى ، وما ورد فيه أيضا من إفلاس المسؤولية التربوية وابتعادها عن حاجات التلميذ وتطلعاته ... غير أن المسألة المهمة حسب الباحث "لا تكمن فى التركيز على مخاطر وسائل الإعلام والتليفزيون ، وإنما فى التركيز على التفكير فى إيجاد سبل لتمكين الأفراد والأطفال على الخصوص من امتلاك القدرات والمؤهلات التى تجعلهم قادرين على تجنب هذه التأثيرات السلبية المحتملة" . فنحن "نعيش اليوم أكثر فأكثر مع الصور ، لكن الديناميكية الثقافية التى تولدها فى ثقافتنا تبقى مع ذلك غير خاضعة للتفكير ، وفى غالب الأحيان قليلة التحليل" ، غير أن مراهقينا يعيشون ثقافة تهيمن عليها الصورة . صورة لم تحظ لدينا بالقدر الكافى من التحليل ، لنضيف إليهم عنصرا أساسيا فى تشكيل ثقافتهم وهويتهم لم يختبره المجتمع ولا مؤسسات الدولة القائمة عليهم ، ولا حتى المؤسسات التى ينتمون إليها بما فيها الأسرة ... ولئن اعتمدنا تعريف الأستاذ عبد الوهاب بوخنوفة" : إن التربية على التعامل مع الصورة تصبح رهانا ثقافيا ورهان مواطنة" ، يمسى العمل على التعامل مع وسائل الإعلام من الأهمية بمكان وعلى مستويات :

- تشجيع البحث فى مجال الإعلام ، وعلاقات الإنتاج داخل المؤسسات الإعلامية ...
- رصد القائمين على مجال الإعلام والمستثمرين فيه .
- تحليل المضامين الإعلامية واستخراج الصور النمطية التى تعمل على نشرها ...
- دعوة الإعلاميين إلى معالجة أعمق "للظواهر الإعلامية" أو "الصيحات الإعلامية" .
- رصد المخترقين لوسائل الإعلام من أصحاب رؤوس الأموال والحركات الدينية والأيديولوجية .
- العمل على إرساء برنامج التربية على التعامل مع وسائل الإعلام فى برامج مؤسسات المجتمع المدنى .
- إعـــداد أدلة تدريبية عربية فى مجال التعامل مع وسائل الإعلام من طرف الخبراء ومؤسسات المجتمع المدنى ، والعمل على جعل المؤسسات المعنية تعتمدها فى برامجها الموجهة للمراهقين والأطفال .
- إجراء دراسات وبحوث حول موقف وآراء المراهقين فى وسائل الإعلام وتطلعاتهم وحاجاتهم منها .

معطيات وأرقام غربية

- انطلق "تليفزيون الواقع" بهولندا سنة ١٩٩٩ بعرض "قناة فيرونيكا" لبرنامج "اللوفت ستورى" .
- تابع برنامج "ســتار أكاديمى" فى فرنسا ١٢ مليون مشـــاهد ، وتابع أول حلقة منه ٥,٤ مليون مشاهد .
- تابع ٥,٢ مليون مشاهد فى فرنسا برنامج "اللوفت ستورى" فى أول حلقة منه أى ما يعادل ٢٦ بالمائة من المشاهدين . وبلغت نسبة المشاهدين فى صفوف الفئة أقل من ٣٥ سنة ٤٥ بالمائة وصلت إلى أكثر من ٥٠ بالمائة بالنسبة إلى الحلقة الثانية من البرنامج . كما سجل موقع البرنامج على الإنترنت ٢٠٠ ألف زيارة فى اليوم .
- بلغ عدد مشاهدى "بوب إيدولز" البريطانى خلال أربعة أشهر ١٤ مليون مشاهد ، ٦٧ بالمائة منهم تتراوح أعمارهم بين ١٦ و ٣٤ سنة .

المصدر : www.actustar.com/actualité.

و www.freerepublic.com/focus/f-news.

معطيات وأرقام عربية

- ٤ ملايين دولار أمريكى خصصت لإنتـــاج برنامج "ستار أكاديمى" ، الذى استمر لمدة ٤ أشهر .
- بلغ عدد الاتصالات التى تلقاها برنامج ستار أكاديمى فى حلقته الأخيرة :
  - ٢٣ مليون و١٧٥ ألف اتصال من مصر .
  - ١٨ مليون و٥٣٦ ألف اتصال من لبنان .
  - ١٦ مليون و ٢٣ ألف اتصال من سوريا .
  - ١١ ملايين و ٣٠٠ ألف اتصال من السعودية .
  - ٨ ملايين و ٧٨ ألف اتصال من الأردن .
  - ٤ ملايين اتصال من الكويت .
  - مليونان و ٢٢٠ ألف اتصال من الإمارات .
  - ٧ آلاف اتصال من اليمن .
- ناهزت مشاركات المصوتين ١٠٠ مليون متصل عربى عن طريق الرسائل القصيرة "آس آم آس" .

المصدر : www.net.arabtop.

www.saaid.net.

جريدة الحياة بتاريخ ١٤-٠٣- ٢٠٠٤ .www.daralhayat.net/actions (مقال لموسى برهومة بعنوان : الإصغاء إلى نداء الجسد والحواس) .

مجلة الملاحظ عدد ٥٧٥ بتاريخ ٢١-٠٤-٢٠٠٤ .

المشهد الإعلامى العربى : تليفزيون سنة ٢٠٠٣

- شهدت سنة ٢٠٠٣ مولد ١٠ قنوات معظمها متخصص .
- شركة الشرق الأوسط للأخبار بعثت قناة "إم بى سى ٢" للأفلام والبرامج الأجنبية .
- قناة العربية الإخبارية تنطلق فى البث لتقديم نشرات إخبارية وبرامج وثائقية وتحليلية على مدار الساعة .
- "الحياة/إل بى سى" أطلقت فى إطار التعاون بين الإعلام المكتوب والإعلام المرئى .
- قناة "ميلودى هيتلز" المصرية تطلق قناة "ميلودى أرابيا" المخصصة حصرًا للأغانى العربية .
- قناة "زين" الشبابية تحول إلى قناة موسيقية .
- المؤسسة اللبنانية للإرسال تقدم قناة "نغم" الموسيقية .
- شبكة "أوربيت" تبعث ثلاث قنوات : ١) "فن" (فنية) ٢) "اليوم" (اجتماعية) ٣) "الصفوة" (دينية) .
- "أى تى فى" ترى النور للاهتمام بالبرامج الترفيهية .
- "هى" وتعنى بقضايا المرأة .
- "روتانا" و"مزيكا" للموسيقى .

المصدر : موسى ، جورج : تحولات المشهد الفضائى العربى وبروز وجوه جديدة ، جريدة الحياة ل٣٠-١٢-٢٠٠٣ .

الهــوامش

(١) عبد الرحمان ، عواطف : **الإعلام العربي وقضايا العولمة** ، العربي للنشر والتوزيع - القاهرة ،١٩٩٩ .

(٢) غريــب ، أدمـــون ومنصور خالد : **الإعلام العربي على مشارف القرن الواحد والعشرين : بين مطرقة العولمة وسندان الدولة . الإعلام والاتصال فى مجتمعاتنا** ، باحثات-بيروت ، الكتاب السادس ، ٢٠٠٠ .١٩٩٩ .

(٣) عــبد المجــيد ، ليلى : **العلاقة بين الأطفال العرب والتليفزيون** : دراسة تحليلية للدراسات والبحوث الميدانية التى أجريــت عــلى الطفل العربى من سنة ١٩٦٠ إلى سنة ٢٠٠٠ ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣

(٤) **تقريـــر تنمـــية المـــرأة العربية الثانى حول الفتاة العربية المراهقة** : الواقع والآفاق ، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث-كوثر- ، تونس ، ٢٠٠٣ .

(٥) موقع أمان استنادا إلى دراسة المنظمة العربية للتنمية الإدارية ٢٠٠٤

(٦) عــلى ، نبــيل : الثورة العربية وعصر المعلومات : **رؤية لمستقبل الخطاب الثقافى العربى** ، عالم المعرفة — الكويت . ٢٠٠١

(٧) فى ٧ كــانون الــثانى (يــناير) من سنة ٢٠٠٤ ، باشرت سلطات تنظيم عمل وسائل الإعلام البريطانية "أوكوم" التحقــيق حول برنامج جديد من "تليفزيون الواقع" بعد تلقى شكاوى من المشاهدين . يقوم البرنامج على فكرة وضع المشاركين أمام تحدى الصمود أسبوعا كاملا بدون نوم ....

(٨) راجع بيبليوغرافيا المراهقة العربية فى سبع دول عربية ، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" ٢٠٠١

(٩) الفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق ، مصدر سابق .

(١٠) شرابى ، هشام ، **النظام الأبوى وإشكالية تخلف المجتمع العربى** ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت . الطبعة الثانية . ١٩٩٣

(١١) الفتاة العربية المراهقة : مصدر سابق .

(١٢) الفتاة العربية المراهقة : مصدر سابق .

(١٣) عبد المجيد ، ليلى : **العلاقة بين الأطفال العرب والتليفزيون** : مصدر سابق .

(١٤) عبد المجيد ، ليلى : **العلاقة بين الأطفال العرب والتليفزيون** : مصدر سابق .

(15) Ramonet, Ignacio, Propagandes silencieuses, asses, télévision, cinéma.ed. Galillée. Paris 2000

(١٦) بن الشيخ ، عبد القادر : **سياسة المؤسسات الإذاعية والتليفزيونية العربية وتجلياتها فى الخارطة البرامجية** . سلسلة بحوث ودراسات إذاعية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣

(١٧) بن الشيخ ، عبد القادر . مصدر سابق

(18) Tregoret, René, La pyramide des pouvoirs et les réseaux de savoir. Rapport au parlement français publié le 8 Avril 1998.

(١٩) عرابي ، سهى : **البعد الإبداعي والجمالي في الكتابة إلى الأطفال** ، جمالية الإخراج مثلا سلسلة بحوث ودراسات إذاعية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣

(٢٠) **ملامح الإستراتيجيا الإعلامية العربية** سلسلة بحوث ودراسات إذاعية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣

(٢١) **مكانة الطفل في الإستراتيجيا الإعلامية العربية** سلسلة بحوث ودراسات إذاعية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣

(٢٢) الجابـــر ، زكـــي : **الطفل ولغة البرامج التليفزيونية** . سلسلة بحوث ودراسات إذاعية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣

(23) Anderson, J. A Examen critique de quelques concepts éclairant la position de l'éducateur face au médias, Media Education. Rencontre de la recherche et de l'éducation, Actes du Symposium de juin 1988, Lausanne, 11-18.1988.

(٢٤) الأزهري ، ندى **البقاء للأقوى ... لكن أين ينتهي التليفزيون فيبدأ الواقع ؟** الحياة . ٢١ -٢-٢٠٠٤

(٢٥) موسى ، جورج : **مجتمع مراهق يبحث عن نفسه في مرآة المستحيل** . الحياة . ٢١-٠٢-٢٠٠٤

(٢٦) الفتاة العربية المراهقة : مصدر سابق

(٢٧) موسى ، جورج : **مجتمع مراهق يبحث عن نفسه في مرآة المستحيل** . الحياة . ٢١-٠٢-٢٠٠٤

(٢٨) برهومة ، موسى : **الإصغاء إلى نداء الجسد والحواس** . الحياة ١٤-٣-٢٠٠٤

(٢٩) العريس ، إبراهيم . **تليفزيون الواقع والواقع** .... الحياة ٢٦-٣-٢٠٠٤

(٣٠) الحياة ، نقلا عن وكالة فرانس براس . ٢٩-٣-٢٠٠٤

(٣١) www.actustar.com

(٣٢) بوخـــنوفة ، عبد الوهاب **تربية الطفل العربي على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية المرئية أي دور للمدرسة والأسرة** . سلسلة بحوث ودراسات إذاعية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣

(33) De Smedt, Thierry. Evaluer l'éducation aux médias. Actes des premières rencontres inter IUFM les 23,24 et 25 Mars 2000.

(34) Considine. D, An introduction to Media Literacy, The What, Why and How...telemedium special supplement, the journal of media literacy, national telemedia council, 41, n°2, Madison.95

(٣٥) دخلـــت التربية على التعامل مع وسائل الإعلام الوسط التربوى بين السنوات ٥٠ و ٨٠ فى بلدان مثل بريطانيا والنرويج وأستراليا وفنلندا ... وجعلتها مقاطعة أنتاريو بكذا إجبارية فى برامج التعليم ... أما فى البلدان العربية ، فـــلا زلـــنا فى طور التربية بواسطة وسائل الإعلام كتكملة لأساليب التعليم التقليدية ، وعادة ما يتم الخلط بين المفهومين .

(٣٦) بوخنوفة ، عبد الوهاب : مصدر سابق

(37) Hammami, Sadok élément d'une médiologie arabe de l'image, les cahiers de médiologie. hammami/htm
www.mediologie/com/media/tm/1

علاقة الفضائيات العربية بالصحافة المصرية

« عالم جديد »

مصطفى عبد الله(*)

تشهد الساحة الإعلامية العربية نقلة نوعية جديدة فى الكم والكيف ، كان لنا على أثرها لقاء مع ساحة مغايرة ، تضخ لنا كل ساعة ما يفوق طاقة الاستقبال لدى الجماهير العربية ، التى لم تكتف بهذه القنوات الفضائيات العربية ، بل أضافتها إلى قائمة فضائيات أخرى ، من أقمار غربية ومستغربة ، باتت تزاحم حياتنا اليوم بتأثيرها .

ولعل الناظر إلى دخولنا عصر الفضائيات يظن أننا تركنا - إلى الأبد - عصور وسائل الإعلام الأخرى ، والتى تبدأ بالكتاب ، وتمر بالصحيفة والمجلة والإذاعة ولا تنتهى إلا عند حدود الإنترنت . ولكن بعض الظن إثم! فالحقيقة أن الفضائيات العربية كانت حريصة أشد الحرص على أن تربط بين حضورها الفضائى وحضورها الورقي .

ولعل سبب هذا الظن ما يرد من إحصاءات عن حجم المشاهدة للقنوات الفضائية والمتابعة اليومية لها ، وتشير إحداها إلى أن ٦٩% من الجمهور العربى يشاهدون الفضائيات لمدة ٤ ساعات يوميًا ، و٣١% منهم يشاهدونها لمدة ٣ ساعات يوميًا ، فى حين بلغت نسبة الذين يقتنون أطباق بث فضائية ١٢% وهى أرقام إلى ازدياد ، فى ظل وجود أكثر من ١٤٠ قناة عربية وإسلامية ، يتبع ٤٠% منها للحكومات ، فى حين تشكل البقية شركات وجماعات ، يضاف إليها جديد فى فترات متقاربة.

ولا يفترض أن يكون هذا الكم مثاليًا من ناحية الكيف ، ومن هنا ، ظهرت الحاجة إلى مساءلة ، وقراءة للمحتوى ، دون أن نصل إلى الحد الذى وصل إليه البعض من تحريم (شرعي) لمشاهدة بعض هذه القنوات على سبيل المثال ، بدعوى أنها تسهل هيمنة سياسة غربية على النواحى الدينية والسياسية والاجتماعية فى العالم العربى. ومن هنا ، يجب أن نحدد الفضائية العربية التى نتناولها فى الحديث هنا ،

(*) رئيس القسم الأدبى ، جريدة الأخبار ، القاهرة .

بأهـــا المملوكـــة لرأس مال عربي ، وليست قناة توجهها مصالح مضادة للعالم العربي ، كما فى حال الفضائية العربية الإسرائيلية على سبيل المثال.

وقـــد أصبحت القنوات الفضائية العربية قوة إعلامية لا يستهان بها فى تشكيل الرأى العام ، ولها الفضل فى تصعيد فى وجهات النظر حول الأحداث الجارية ، وتفسيرها ، مما يؤسس لاتجاهات الأفكار السياســية والاجتماعية والثقافية وحتى الأيديولوجية لدرجة أن أصبح عديد من أصحاب القرار الدولى يثقون بقدرتها المسيطرة على عقول الجماهير.

ولعل النقلة التقنية التي سمحت بتطور تكنولوجيا البث بالأقمار الصناعية خلال سنوات الثمانينيات وصـــلت إلى حدهـــا الأكبر فى حقبة التسعينيات بالعالم العربي بشكل ملموس ، وأحرزت الفضائيات العربية نجاحا على صعيد الانفتاح على الآخر وكسر الحواجز ، وإضافة قنوات تواصل عربية ، وزيادة مساحة الحرية والحوار الداخلى والخارجي ، والمشاركة فى تيار الشفافية بنقل وقائع على الهواء ، ودعم تيار الديمقراطية بتيسير الحوار حول مختلف القضايا ، دون وجود خطوط حمراء فى أغلب الأحيان.

وإذا أضـــفنا كل ما سبق إلى خانة الإيجابيات ، وجب علينا أن نتوقف للنظر فى النقد المباشر لهذه القـــنوات الفضائية العربية ، فهي ، مع استثناء القنوات الإخبارية ، لم تقدم جديداً يتماثل مع الطموح المأمول ، وتوقفت عند برامج ذات نوعية شعبية منقولة تستقطب حولها الجمهور العربى بشكل مثير ، وخاصة تلك التي تنتهك حريات الآخرين ، سواء بإفشاء أسرارهم ، أو بإثارة قضايا حساسة فى الحوار معهـــم ، أو نقـــل صـــور حية لوقائع حياتهم ، تحت مسميات كثيرة ، وهى برامج تنتهك خصوصية المشاهد فى الوقت نفسه.

ولنا أن نعرف مدى التغلغل إذا عرفنا أنه فى مسح أجرى مؤخراً فى ١٠ بلدان عربية تبين أن نسبة البيوت التي يمتلك أصحابها صحوناً لاقطة تراوحت بين (٣٨ إلى ٤٠%) خلال سنة ١٩٩٩م وارتفعت هـــذه النسبة إلى أكثر من (٥٠%) خلال الفترة التي تلت ذلك. واليوم ، لنا أن نتحدث عن الانفجار التليفزيونى الفضائى فى كل بيت مصري ، نموذجا للبيوت العربية ، بعد أن أصبحت هذه التقنية متاحة بالتقسيط المريح حتى لبيوت الصفيح. وفى غياب الشـــاشة المحلية حينا ، وابتعادها عن المستوى حينا ، أو تهافتها على تقليد الفضائيات أحيانا أخرى ... مع ذلك كله ، يمكن أن نقول : إن سطوة القنوات الفضائية العـــربية قد سيطرت ، حتى بتنا نســـتمد أخبارنا من الجزيرة ، ونشـــاهد أفلاما مترجمة على إم بى سى ٢ ، ونســـهر مع الصراعات اللبنانية المقـــلدة بين « سوبر ستار » و « ستار أكاديمى » ، ولا تتوقف الأذن والعين عن متابعة الأغانى فى القنوات المتشابهة بسبب تكرار محتواها .

وقد أردت من خلال هذه السطور ، أن أصل إلى نتيجة مفادها : الإقرار بتحول القنوات الفضائية العربـــية إلى واقع يومى معاش ، داخل كل بيت مصرى ، بل إن هؤلاء الذين لا يمتلكونها يزدحمون فى المقاهى لدى إذاعة بعض البرامج الحية ، أو البرامج والمباريات المشفرة ، مما يصل بنا إلى مجتمع للقنوات الفضـــائية العربـــية بامتياز. وباتت مادة الحديث اليومية فى كل لقاء أسرى أو فى محيط العمل تتطرق بشكل اعتيادى إلى مادة أو أكثر فى القنوات الفضائية العربية.

. الفضائيات العربية فى الصحافة المصرية

ويمكـــن تمثيل حضور الفضائيات العربية فى الصحافة المصرية بأكثر من وجه ، لنا أن نسردها فى النقاط التالية :

الإعلان المباشر عن البرامج :

إذا كان الإعلان التليفزيونى يحتل مساحات كبيرة من ساعات البث فى القنوات الفضائية العربية ، فإن ذلك مدعوم بتطوره ، حتى بات الإعلان بمثابة فيلم سينمائى تسجيلى قصير ، تكتمل لديه عناصر السيناريو واللقطات التصويرية ، وطريقة الأداء ، واقتباس الأغانى الشهيرة وتحويرها ، حتى أصبح يمثل بعدًا من أبعاد ثقافات المجتمعات العربية الملموسة والمؤثرة.

ولسنا نناقش هنا تأثير الإعلانات السلبي ، بل لنا أن نتحدث عن عدم وجود ما يكفى من نقد لهذه الإعلانـــات فى الصحافة المصرية ، وهى التى تؤثر سلبا – اجتماعيا واقتصاديا – على الحياة الأسرية فى مصر ، التى تكرسها الفضائيات كمجتمع استهلاكى من الطراز الأول ، فهناك إعلانات عن أكثر من ٥٠ صنفا من الشاي ، وأكثر من ٣٠ صنفا من المنظفات الصناعية والصابون. ويضاف إلى هذه المواد الاســـتهلاكية مواد أثيرية أخرى ، وأقصد بها بيع النغمات والرنات والمقاطع الموسيقية ، عبر الاتصال الهاتفى المكلف لميزانية الأسر بدخولها المحدودة مهما ارتفعت.

كمـــا يمكـــن لنا أن نتحدث عن الظاهرة الرمضانية ، حيث يأتى الشهر الكريم بعلاقة توأمة بين الصحافة فى كل أبوابها ، والقنوات الفضائية العربية بكافة برامجها. ويأتى الإعلان مجانيا لدى التنويه عن البرامج الإعلامية والإعلانية ، وبدعم من الشركات التى تعلن أو القائمين على الفضائيات.

مـــن هـــنا يمكن أن نقول بشبهة التواطؤ القائمة بين الفضائيات والصحافة ، لأن كليهما خاضع لســـطوة المعلن ، الذى يوظف الوسائط الإعلامية لصالحه ، ولذلك أعتقد أنه فى هذا الجانب ، لم تؤد

الصـــحافة دورها ، بسبب عدم استقلالها المادي ، من ناحية ، أو عدم وجود نقد متخصص للمحتوى الإعلانى فى القنوات الفضائية العربية من ناحية أخرى.

- **استقدام صحفيين ضيوفا أو كتابا لدعم برامجها فى الإعداد والتقديم :**

وحين نأتى لحضور الفضائيات العربية فى الصحافة المصرية ، ذلك الحضور شبه الرسمي ، الذى يعنى باستقدام الصحفيين ضيوفا أو كتابا لدعم برامجها فى الإعداد والتقديم ، يمكن أن نشير إلى ملامح العلاقة (النفعـــية) المتبادلة بين الطرفين. ولعلى لا أقصد إلى تسمية (النفعية) جانبا سلبيا ؛ بل إن هذه العلاقة المتبادلة تمثل – فى أغلب الأحايين – أكثر من جانب إيجابى .

فالمساحة الواسعة للبث التليفزيونى للقنوات الفضائية العربية تؤسس فراغا لا بد من أن يُملأ. وإذا تركنا هذا الفراغ لتملأه النوايا الحسنة فحسب ، وجدنا برامج هشة ، ومادة جوفاء ، وثقافة مضللة. ولذلك أعتقد أن العلاقة هذه يجب دعمها فى أكثر من ناحية.

وإذا كنا نتحدث عن الجانب الإيجابى فى هذه النقطة ، فلا ننس أن وجود نجوم فى مجالات الأدب والفـــن والإعـــلام على شاشة الفضائيات العربية يخلق نوعا من المسئولية الجديدة على هذه الوجوه. فالأديـــب الذى كنا نقرأ رواياته ، والشاعر الذى كنا نتابع دواوينه ، والممثل الذى كنا نقدر أدواره ، وغيرهـــم من أكاديميين ورجال قانون وسواهم ، حين يتحولون إلى مذيعين ، تجب على الصحافة أن يكون لها دور أكثر من مجرد المتابعة. فإن النماذج القدوة تتطلب نقدا أكبر ؛ لأن تمثلها من قبل المتابعين يكون أشد تأثيرا .

- **إنشاء مجلات ، وملاحق إعلامية خاصة بالبرامج التى تبثها :**

ومـــع الطفـــرة الكمـــية فى عدد الفضائيات العربية ظهرت موجة جديدة من المجلات والملاحق الإعلامـــية الخاصة بالبرامج الفضائية ونجومها. وفى أسبوعيات كثيرة ، مثل : الأهرام العربى على سبيل المـــثال ، نجد فى ساحة الصحافة المصرية انهيار الحدود بين ما هو مصرى وما هو غير ذلك ، فالبرامج المنشورة تغطى الفضائيات العربية الأشهر. وهو الحال نفسه فى بعض الجرائد اليومية.

وفى صحيفة القاهرة الأسبوعية ، على سبيل المثال ، واستجابة من صحيفة ثقافية شبه متخصصة ، تحولـــت الصفحات الفنية إلى ما يشبه التغطية لبرامج الفضائيات ونجومها. وهنا يجب أن نشير إلى دور الصحافة ، بمعديها ومقدميها ، فى تثقيف الخريطة الفضائية – إذا صحت التسمية – لأن خطر تهميش الـــثقافة قادم ، بل ويتوقع خبير إعلامى اختفاء البرامج الثقافية التى تشكل حاليا نسبة ١٣ فى المائة من

بـــرامج شاشات الفضائيات العربية لتحل محلها برامج منوعات غربية ، بينما لا تتجاوز حصة برامجها وتقاريرها الإخبارية نسبة ٥ فى المائة فقط .

- **النقد الصحفى الموجه لبرامج الفضائيات العربية :**

غالـــبا ما يوصم النقد الصحفى بأنه سطحي ، وليس ذلك إلا لكون المتابعة اليومية لا تنهض إلى مستوى التحليل والتفسير المطلوب فى النقد المتعمق. ونحن نعرف أن ما هو مطلوب من الصحافة اليومية لا يماثله ما هو مفروض على الصحافة المتخصصة ؛ ولذلك ، لا نتوقع أن نقرأ فى صفحات الفن زوايا عـــن التشـــكيليين ، والممثلين ، والأفلام ، والبرامج ، والإعلانات ، والمقدمين ، وتحليل ذلك كله ، وتفسيره ، بينما لا يتجاوز ما يتاح لهذه الأبواب نصف صفحة أسبوعية، أو صفحتين على أكثر تقدير!

وإذا كنا نطالب بتثقيف الخريطة الفضائية ، فعلينا فى الوقت نفسه أن نعطى الفضاء والحيز المناسب للصـــحافة ، لتؤدى واجبها النقدى الصحفى تجاه برامج الفضائيات العربية. إن هذه العلاقة ستظل فى إطار المادة الإعلانية ، والإعلامية ، والخبرية ، على أحسن تقدير ، ما لم تمنح المساحة الكافية لتحريرها من أسر هذه المسلمات التى أسست للسلبية التى توصم بها .

وعلينا أيضا أن نشير إلى خطورة النقد غير الموضوعي ، الذى يتبنى أحكاما قيمية مغايرة ، وفى غير موضـــــعها ، للحكم على المادة الإعلامية فى الفـــضائيات العربية . ولذلك فإن ما يسمى بالصحافة الصفراء ، حين تتناول بالنقد برنامجًا مثيرًا – على سبيل المثال – لا يكون همها التناول الموضوعي ، قدر المشـــاركة فى حلقـــات الإثارة ، مثل هؤلاء المنضمين إلى حلقات الموالد من غير المتصوفة. فالمتصوفة يؤدون دورهم ، لكن هؤلاء المزيفين لن نرى منهم غير هز رؤوس غير مؤمنة بما تفعل ، فقط يريدون أن يكونوا فى الصورة ، والادعاء بأنهم يمثلون فئات وطنية غيورة على القيم .

- **تخصيص برامج فى الفضائيات العربية قائمة على الزاد الصحفي :**

لقد حاولنا أن نتناول فى النقاط السابقة بيان علاقة الفضائيات العربية بالصحافة المصرية ، من جهة واحدة هى الصحافة. لكننا هنا نرى الجانب الآخر ، وهو اعتماد الفضائيات على المادة المكتوبة ، سواء للتنويه بما سينشر ، مثل برنامج : غدا تقول الصحافة ، أو الأخبار كما فى عناوين الصحافة ، أو التعليق كما فى برنامج رئيس التحرير .

وفى هذه الأنماط كلها ، تبدو مهمة اختيار المادة الصحفية المناسبة مهمة غاية فى الصعوبة ، وسط ما تفرزه الحافة اليومية من أخبار وتعليقات .

وتحضرنى فى هذه المناسبة التغطية التليفزيونية لحملة الأخبار التى أدرتها من خلال صفحتى الأسبوعية (أدب وثقافــة) ، حيــث مثلت المادة المنشورة إلهاما لبرامج تم بثها على الفضائيات المصرية ، حتى إن اختيار ضيوف هذه الحلقات كان بإلهام مما كتب .

وهذا الأمر يلزم معدى البرامج بالمتابعة ، لكنه لا يعفى المنسقين والمشرفين ، ورؤساء القنوات ، من التوجــيه ، وهذا يفرض إنشاء مكتب خاص للمتابعة الحية للصحافة المصرية ، حتى تكون الفضائيات نبضًا لهموم الصحافة التى هى فى الأساس هموم الناس .

المستقبل

من خلال ذلك كله ، ندرك أن نشوء الفضائيات العربية لم يكن عائقا للصحافة المصرية ، بل فتح أبوابــا جديــدة للعمل الصحفي ، وأصبحت هناك علاقة قد نصفها بالتكافلية بين عناصر الفضائيات العربية وعناصر الصحافة المصرية .

والســؤال الــذى تطرحه الورقة فى ختام تحليلها: **هل ساهم طرفا معادلة الفضائيات العربية / الصــحافة المصرية فى النهوض بالمحتوى الخاص بكل منهما ، أم أن تلك العلاقة ساهمت – بشكل ضمنى – فى تحويل الفضائيات العربية إلى مجرد صحف مصورة ، مثلما حولت الصحافة المصرية إلى مجرد نشرة إعلامية للمحتوى الذى تقدمه هذه الفضائيات؟**

وأقول : إن الطريق طويل ، وإن ملامح السلبية التى برزت فى أنماط العلاقة بين الصحافة المصرية والفضــائيات العربــية لم يكن سببها الطرفان فى أحيان كثيرة ، بل خلقتها ظروف مجتمعية واقتصادية وسياسية ، فرضت نفسها على الوسيطين معًا.

ولذلــك ، فــإن علينا منذ اليوم أن نفكر فى أن تكون لدينا فى المستقبل القريب قاعدة معلوماتية ومعرفــية ، يمكن أن تشكل نواة للفكر النقدى الصحفى للإعلام فى الفضائيات العربية ، حتى لا نظل ننشئ قنواتنا دون خطط مسبقة كافية.

توصيات

ومن هنا يمكن أن نضع تصورنا لمستقبل علاقة الفضائيات العربية / الصحافة المصرية ، من خلال بعض التوصيات :

١ - إفســاح مجال أكبر للمتابعة الصحفية للفضائيات ، وأن تخصص هذه المساحة الإضافية للنقد الجاد والرصين والموضوعى والمنهجي.

٢ - دعوة أســـاتذة الإعلام للخروج من قاعات الدرس الصغيرة بين جدران الجامعة إلى قاعـــات أكبر هى ساحات المجتمع ، وأن يساهموا من خلال النقد الإعلامى المبسط فى خلق مناخ نقـــدى يكون له - مستقبلا - دور فى تجديد وتطوير وتنمية الفضائيات العربية من خلال الصحافة المصرية .

٣ - تخصـــيص مـــناهج دراسية فى الأكاديميات والمعاهد والكليات للنقد المتخصص لمحتوى الفضائيات العربية.

٤ - خلـــق قـــنوات اتصال أكثر فاعلية بين الوسيطين بما يخدم توجهات المجتمع وقيمه. والتنويه بإنشاء مكاتـــب متابعة فى القنوات الفضائية المتخصصة لا تكتفى بالرصد فقط ، بل بتفعيل هذه العلاقة لخدمة المجتمع من جهة ، ولخدمة الصحافة من جهة أخرى .

٥ - وضـــع معايير صحفية ترقى بالمهنة وآدابها ، حتى لا تتحول الصحافة إلى بوق إعلانى لبعض السلع وفئة من المعلنين .

٦ - دراسة إمكانة تثقيف الخريطة الفضائية عبر برامج جديدة ، وأن تتبنى الصحافة هذه الأفكار لتتاح أمام صناع القرار فى القنوات الفضائية فرصة التجديد الصالح للمحتوى .

٧ - إقامـــة مؤتمـــر بحثي ، أدعو الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام إلى تبنى فكرته ، يدعو أطراف هذين الوســـيطين الإعلامـــيين من باحثين وأكاديميين ومشتغلين للوصول إلى نقاط اتفاق ، وحوار حول أفضل السبل للتطوير .

أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية

أ. إبراهيم العقباوى(*)

المبحث الأول

تأصيل نظرى لمفهوم أخلاقيات الإعلام ..

يرتكز مفهوم أخلاقيات الإعلام على معادلة ، طرفاها : الحرية والمسئولية الإعلامية. والأساس فى هذا المفهوم هو تحقيق التوازن بين طرفى المعادلة .. فكلاهما عنصران أساسيان لا غنى عنهما فى مهنة الإعلام .

وقد تبلور مفهوما الحرية والمسئولية الإعلامية عبر مراحل تاريخية طويلة ، ترجع إلى البدايات الأولى للصحافة منذ منتصف القرن الخامس عشر ، أما الجذور الأولى فهى قديمة قدم وجود الإنسان ؛ حيث ارتبطت نشأة الاتصال ببدء الحياة الإنسانية ، ومعها عرفت حرية التعبير والرأى ، وكلاهما يمثل جوهر وأساس الحرية الإعلامية ، والتى قادت بدورها إلى ظهور الحاجة إلى تحديد مفهوم واضح للمسئولية فى مقابل تلك الحرية .. وفى هذا الإطار ظهرت نظريتان :

١ – نظرية الحرية ..

وهى – تاريخيًا – لم تكن الأولى فى تاريخ الإعلام ، بل سبقتها نظرية السلطة والتى ارتبطت بنظم الحكم الاستبدادى ، والحكم المطلق التى كانت سائدة فى أوروبا على مدى قرنين تقريبًا ، حتى قيام الثورة الفرنسية فى عام ١٧٨٩ .. حيث يعتبر النظام السلطوى للصحافة أقدم الأنظمة الصحفية من الناحية التاريخية ، وفى إطاره كانت تُفرض على الصحافة قيود عديدة ، بحيث تخدم أهداف نظم الحكم الاستبدادية والمطلقة التى كانت سائدة فى ذلك الوقت . وبعد قيام الثورة الفرنسية ، كان من الطبيعى ظهور وتطور فلسفة الحرية فى المجتمعات الغربية ، كنتاج لدعوات الحرية لعديد من المفكرين ، ومنهم : « جون ميلتون » ، و « جون لوك » ، « فولتير » ، « جان جاك روسو ». وفى هذا الإطار ظهرت

(*) أمين عام اتحاد الإذاعة والتليفزيون ج . م . ع – إعداد مركز المعلومات ، إدارة دعم اتخاذ القرار – نجوى الشيف – مروة سعيد – رشا محمود أحمد .

الدعوة إلى حرية الرأى وحرية التعبير . وعلى هذا الأساس ، قامت نظرية الحرية التى تقوم على مبدأ : « أن حق الفرد فى أن يعرف الحق الطبيعى كحقه فى الماء والهواء ، ولكى يمارس الفرد هذا الحق الطبيعى ، لابد أن تتمتع الصحافة بحريتها كاملة دون أية قيود تأتى من خارجها » ... وقد كان من نتائج هذه النظرية عدم فرض أية رقابة أو قيود من جانب الحكومة على الصحافة .

٢ - نظرية المسئولية الاجتماعية ..

وقد ظهرت هذه النظرية كنتيجة أساسية لسوء استخدام مفهوم الحرية فى وسائل الإعلام ، والذى امتد ليشمل التحرر من أية مسئولية تجاه المجتمع وأفراده . ومن ثم ، قامت هذه النظرية على أساس التوازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع .. وعلى المستوى الإعلامى ، ارتكزت على تحقيق التوازن بين حرية الرأى والتعبير ، وصالح المجتمع وأهدافه ، وأن للإعلام وظيفة اجتماعية ؛ مما أسفر عن مبدأ مهم فى مهنة الإعلام وهو : ضرورة وجود التزام إعلامى ذاتى بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التى تستهدف إقامة توازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع .

وبالتالى ، فإن أخلاقيات مهنة الإعلام يحكمها طرفا المعادلة : الحرية والمسئولية ، والتوازن بينهما هو جوهر أخلاقيات الإعلام ومهنة الإعلام .

أهمية أخلاقيات مهنة الإعلام :

وتكتسب أخلاقيات مهنة الإعلام أهمية خاصة - بالمقارنة بأية مهنة أخرى - لأهمية رسالتها فى مخاطبة الإنسان ، ودورها المهم فى تشكيل قيمه واتجاهاته ومعارفه ، وهى أيضًا رسالة تحقق التواصل والترابط بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة ، وتغطى كافة جوانب الحياة الإنسانية ، ومن هذا المنطلق ، فإن أخلاقيات الإعلام تتخطى حدود أخلاقيات العمل والمهنة ؛ لتمتد وتشمل الأخلاقيات الإنسانية بصفة عامة ، وبخاصة مع ظهور الإعلام الإذاعى والتليفزيونى ، والتطورات المتلاحقة فى تكنولوجيا الاتصال والمعلومات : من البث المباشر بالأقمار الصناعية وشبكات المعلومات إلى آخره .

ومع التطورات الإعلامية المتلاحقة ، ظهر عديد من القوانين والمواثيق ، سواء الوطنية أم الإقليمية أم الدولية .. لأخلاقيات العمل الإعلامى .

نماذج من المواثيق الخاصة بأخلاقيات الإعلام :

على المستوى الدولى :

فيما يخص حرية الإعلام :

المادة التاسعة عشرة من الإعلان العالمى لحقوق الإنسان (الصادر عن الجمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة فى ١٠ ديسمبر ١٩٤٨) :

« لكـــل شخص الحق فى حرية الرأى والتعبير ، ويشمل هذا الحق : حرية اعتناق الآراء دون أى تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار ، وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت، دون تقيد بالحدود الجغرافية » .

وفيما يخص الحرية والمسئولية الإعلامية :

المادة التاسعة عشرة من العهد الدولى الخاص بالحقوق المدنية والسياسية (الصادر فى عام ١٩٦٦) :

١ - لكل فرد الحق فى اتخاذ الآراء دون تدخل .

٢ - لكل فرد الحق فى حرية التعبير ، وهذا الحق يشمل حق البحث عن المعلومات أو الأفكار من أى نـــوع ، واستلامها ونقلها بغض النظر عن الحدود ، إما شفاهة أو كتابة أو طباعة ، وسواء كان ذلك فى قالب فنى أم بأية وسيلة أخرى يختارها .

٣ - ترتبط ممارسة الحقوق المنصوص عليها فى الفقرة (٢) من هذه المادة بواجبات ومسئوليات خاصة . وعـــلى ذلك ، فإنها قد تخضع لقيود معينة ولكن فقط بالاستناد إلى نصوص القانون والتى تكون ضرورية :

(أ) من أجل احترام حقوق أو سمعة الآخرين .

(ب) من أجل حماية الأمن الوطنى أو النظام العام أو الصحة العامة أو الأخلاق وعلى الرغم من وجود عديـــد مـــن المواثيق الدولية الأخرى الخاصة بالأخلاقيات الإعلامية ، إلا أن هذين النصين من الإعلان العالمى لحقوق الإنسان والعهد الدولى الخاص بالحقوق المدنية والسياسية ، قد تم اختيارهما لما يتمتعان به من سمة الالتزام على المستوى الدولى ، وإقرارهما لحرية الإعلام ، وفى الوقت نفسه تدعيم هذه الحرية بالمسئولية الإعلامية المرتبطة بالأخلاقيات الإعلامية فى ممارسة المهنة .

المواثيق الخاصة بأخلاقيات المهنة فى الإعلام الإذاعى المصرى : المسموع والمرئى :

القانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩ وتعديلاته بالقانون رقم ٢٢٣ لسنة ١٩٨٩ « فى شأن اتحاد الإذاعة والتليفزيون » :

من المادة الثانية : « يهدف الاتحاد إلى تحقيق رسالة الإعلام الإذاعى المصرى : المسموع والمرئى».. سياسة وتخطيطًا وتنفيذًا ، فى إطار السياسة العامة للمجتمع ومتطلباته الإعلامية ، آخذًا بأحدث ما تصل إلـــيه تطبـــيقات العلم الحديث ، وتطوراته فى مجالات توظيف الإعلام المرئى والمسموع لخدمة المجتمع وبلوغ أهدافه .. » .

هـــذه المـــادة – من نصوص القانون المشار إليه – تقدم الإطار العام للمسئولية الإعلامية للإعلام الإذاعـــى المصـــرى : المســـموع والمرئى ، والتى حددت فى المادة نفسها فى ثلاثة عشر بندًا من بنود وجوانب هذه المسئولية ، وفى مقدمتها :

« أداء الخدمـــة الإذاعـــية المسموعة والمرئية بالكفاءة المطلوبة ، وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصـــلحة القومية ، فى إطار القيم والتقاليد الأصيلة للشعب المصرى ، وفقًا للمبادئ العامة التى نص عليها الدستور » ...

ميثاق الشرف الإذاعى (المصرى) :

يتكون الميثاق من : ديباجة ، ومسئولية الإذاعى والأخلاقيات الإذاعية ....

تتضـــمن ديـــباجة الميـــثاق « قسم الإذاعيين المصريين » وهو أقوى نص يحمل معانى فى الالتزام بأخلاقيات المهنة ؛ لأنه التزام وعهد أمام الله وأمام الشعب ، وأمام الضمير الإنسانى .

جاءت مسئولية الإذاعى (فى الإذاعة المسموعة والمرئية) فى الميثاق شاملة :

(أ) تقديم المعلومات الصحيحة للشعب فى حينها .

(ب) الرعاية الكاملة لكل مصالح الشعب .

(جـ) أمانة الاتصال بين الشعب وحكومته .

(د) عرض وجهات النظر المختلفة عرضًا متوازنًا أمينًا فى كل القضايا التى تهم الشعب ، دون تحيز أو تحزب أو إثارة .

(هـ) بث الثقة بين المواطنين فى الداخل والخارج .

(و) الالتزام بالحريات العامة والقيم الدينية والقومية .

(ز) حماية الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعى .

(ح) ارتباط الكلمة المذاعة بالضمير الإنسانى .

(ط) المشاركة فى تبصير الرأى العام .

(ى) المشاركة فى تشكيل الذوق العام تشكيلاً سليمًا .

أما عن أخلاقيات المهنة ، فقد نص الميثاق على أن: « للأخلاقيات الإذاعية مصادر رئيسية » هى :

١ – التعاليم السماوية .

٢ – المثل العليا للإنسان المعاصر .

٣ – سيادة القانون .

٤ – حرمة الأسرة ورعاية الطفولة .

٥ – الإيمان بالكلمة الصادقة .

٦ – صدق الإذاعى مع نفسه ومع الناس ، باعتباره : قدوة للغير .

٧ – المظهر اللائق فى الأداء ، سواء كان بالقول أم بالإشارة .

٨ – الحفاظ على أسرار المهنة .

وتكتمل أخلاقيات المهنة فى ميثاق الشرف الإذاعى المصرى بمجموعة من المحظورات فى (١١) بندًا تتصل فى مجموعها بحظر كل ما يمس القيم الدينية والقومية والاجتماعية والأخلاقية .

ميثاق الشرف للعاملين باتحاد الإذاعة والتليفزيون :

وهو ميثـــاق مكمل ومدعم لميثاق الشـــرف الإذاعى ، وقد جاء شـــاملاً ومتكاملاً فيمـــا يخص « أخلاقيات المهنة » – وبصورة أكثر تفصيلاً – حيث احتوى – إلى جانب الديباجة وإعلان العهد أو قسم الإعلاميين العاملين بالاتحاد – على (٤٦) بندًا حول أخلاقيات العمل فى اتحاد الإذاعة والتليفزيون فى بـــابين : **الأول** فى الواجبات (١٤ بندًا) **والثانى** فى المحظورات (٣٢) بندًا . ولأن أخلاقيات المهنة «كـــل مـــتكامل » .. فقد جاء ميثاق الشرف للعاملين باتحاد الإذاعة والتليفزيون متضمنًا الواجبات والمحظورات ، فى بنود متواصلة ، تم التقديم لها فى النص التالى :

« يقوم العمل فى اتحاد الإذاعة والتليفزيون بجميع مجالاته وأجهزته على أساس القواعد التالية ، وفى الحدود الآتى بيانها ، تأكيدًا للقيم الدينية والوطنية والقومية والاجتماعية والأخلاقية والعملية والفنية » .

نماذج من أخلاقيات المهنة فى نصوص هذا الميثاق :

الواجبات :

- يجب أن تؤكد البرامج القيم الدينية والأخلاقية التى يقوم عليها المجتمع المصرى ، كما تشجع التقاليد الصالحة التى ورثها الشعب على مدى تاريخه الطويل .
- يجـــب أن تحـــرص البرامج على اعتبار مكارم الأخلاق والعمل المخلص ، والالتزام بمبادئ الدستور الأخلاقية والاجتماعية معيارًا للتفاضل بين الناس .
- يجب أن تكون البرامج معبرة بأمانة عن مبادئ السياسة العامة للدولة ، وأهدافها فى كافة مجالاتها .
- يجـــب أن تحـــرص البرامج على تقديم الفن الرفيع والفكر الجاد ، وعلى الترفيه البعيد عن الإسفاف والابتذال والسوقية .
- يجب أن تؤكد البرامج حرية الفكر ، والكلمة والصورة ، والإبداع الفنى .
- يجـــب أن تعمل البرامج على الارتقاء بالذوق الفنى ، وتطوير الذوق الجمالى لدى الجماهير ، وعلى تنمية الملكات والمواهب .
- يجـــب أن تؤكد البرامج حرية المواطنين وحرماتهم ، وحقهم فى الأمن على النفس والعرض والرزق والكرامة .

المحظورات :

- لا يجوز إذاعة ما يتضمن المساس بالأديان والعقائد .
- لا يجوز إذاعة ما يثير الجدل الدينى بين الطوائف .
- لا يجوز إذاعة ما يمس السياسة العليا للدولة ، أو الأهداف التى تقوم عليها هذه السياسة .
- لا يجوز إذاعة ما يمس القومية العربية ، أو قيمها الكفاحية ، أو تراثها القومى .
- لا يجوز إذاعة هجوم على القوميات الأخرى .
- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تحقير أية مهنة مشروعة .
- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تهديد كيان الأسرة ، أو يقلل من قدسيتها ، أو يهز القيم التى يقوم عليها بناؤها .
- لا يجوز إذاعة ألفاظ أو تعبيرات ، أو صور سوقية أو مبتذلة .
- لا يجوز إذاعة ما من شأنه أن يمس الآداب العامة أو الوقار أو يخدش الحياء ، سواء بالقول أم بالأداء أم بالصورة .

- لا يجوز إذاعة ما يؤدى إلى تحبيذ الانحلال الخلقى ، سواء بالقول أم بالأداء أم بالصورة .
- لا يجوز المساس بالقيم النابعة من تقاليدنا الوطنية .
- لا يجـوز إذاعـة مـا من شأنه إشاعة البلبلة الاجتماعية ، أو المبادئ المناهضة لأسس المجتمع العربى وتقاليده .
- لا يجوز إذاعة ما من شأنه التفرقة بين الناس ، بسبب اللون أو الجنس أو العقيدة أو الطبقة .

المبادئ الأساسية والضوابط التى تحكم الإنتاج الإعلامى فى مجال الدراما والبرامج :

« دلـيل عمل للبرامج والأعمال الدرامية باتحاد الإذاعة والتليفزيون » .. وقد صدر بقرار رئيس مجلـس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون رقم (٢٤٥) لسنة ١٩٩٥ ، والصادر فى ١٩٩٥/٨/١٦ ، وهو ميـثاق شرف إعلامى خاص بالإنتاج الإعلامى ... « لتأكيد القيم والسلوكيات الإيجابية فى المجتمع ، والتصدى للظواهر السلبية من خلال فهم عميق وإدراك واع لحركة المجتمع » .

وقـد اشـتمل دليل العمل على ثلاثة مجالات رئيسية للمبادئ الأخلاقية العامة التى تحكم الإنتاج الإعلامى المصرى :

أولاً : مجال التوعية الدينية .

ثانيًا : مجـال القيم الاجتماعية ويشمل : الأسـرة ، المرأة ، الجيران ، الطوائف والفئات ، الشـباب ، الانـتماء ، تكـريم الإنسان ، قيمة العمل ، قضايا الانحراف والفساد ، التنمية والبناء ، البيئة ، الوقت .

ثالـثًا : محاذيـر عامـة .. فى (٤٠) بـندًا حول الممارسات التى يجب أن تتخلص الأعمال الإذاعية والتليفزيونـية مـن تقديمها ، بصورة تدعو إلى الإعجاب بها أو تقليدها ، وجميعها تدور حول الصفات والسلوكيات السيئة[٦] .

ميثاق الشرف الإعلامى العربى :

وهو ميثاق لأخلاقيات الإعلام العربى « ككل » يتضمن الأطر العامة لأخلاقيات المهنة فى وسائل الإعـلام فى جميع الدول العربية .. ويتكون من (١٥) مادة : المادتان : الأولى والثانية : « فى المبادئ العامـة » ، والمواد من الثالثة حتى الحادية عشرة : « فى المسئوليات » ، والمواد من الثانية عشرة حتى الخامسة عشرة : « فى واجبات الحكومات والمؤسسات » :

المبادئ العامة لأخلاقيات الإعلام العربي :

المادة الأولى :

« يقوم الإعلام على حقين : حق التعبير ، وحق الاطلاع ، وهو يكمن بالتالى فى صلب كل نشاط إنمـــائى عـــلى صعيد المعرفة والثقافة والتربية . ولذلك ، يتعين عليه أن يعمل على تأكيد القيم الدينية والأخلاقية الثابتة ، والمثل العليا المتراكمة فى التراث البشرى ، وأن ينشد الحقيقة المجردة فى خدمة الحق والخير ، ويسعى إلى شد الأواصر ، وتعميق التفاهم والتفاعل والتبادل : ماديًا ومعنويًا فى المجتمع العربى والدولى » .

المادة الثانية :

« إن حرية التعبير شرط أســـاسى للإعلام العـــربى الناجح ، وهو مكسب حضـــارى تحقق عبر الكفاح الإنسانى الطويل ، وجـــزء لا يتجزأ من الحريات الأساسية المنصوص عليها فى الإعلان العالمى لحقوق الإنسان . ولكن المسئولية شرط أساسى لممارسة هذه الحرية ، بحيث لا تتجاوز حدود حريات الآخرين » .

نماذج من (نصوص المواد : الثالثة - الحادية عشرة)

الخطوط العريضة لأخلاقيات الإعلام العربى ...

- تتحمل وسائل الإعلام العربية مسئولية خاصة تجاه الإنسان العـــربى ، وهى تلتزم بأن تقدم له الحقيقة الخالصـــة الهادفة إلى خدمة قضاياه ، وأن تعمل على تكامل شخصيته القومية وإنمائها فكريًا وثقافيًا واجتماعـــيًا وسياســـيًا ، وإظهار حقوقه وحرياته الأساسية ، وترسيخ إيمانه بالقيم الروحية والمبادئ الخلقية الأصيلة .
- تحرص وسائل الإعلام العربى على رفض مبادئ التمييز العنصرى ، والعصبية الدينية والتعصب بجميع أشـــكاله ، وهى تناضل فى سبيل المبادئ العادلة وحق الشعوب فى تقرير مصيرها ، وحق الأفراد فى الحرية والكرامة .
- يلـــتزم الإعلاميون العرب بالصدق والأمانة فى تأديتهم لرسالتهم ، ويمتنعون عن اتباع الأساليب التى تتعرض بطريقة مباشرة أو غير مباشرة للطعن فى كرامة الشعوب مع احترام سيادتها الوطنية واختياراتها الأساسية ، وعدم التدخل فى شئونها الداخلية ، وعدم تحويل الإعلام إلى أداة للتحريض على استعمال العنف .

- يلـــتزم الإعلامـــيون العرب بالصدق والموضوعية فى نشر الأنباء والتعليقات ، ويمتنعون عن اعتماد الوســـائل غـــير المشـــروعة فى الحصول على الأخبار والصور والوثائق وغيرها من مواد الإعلام ، ويحافظون على سرية مصادر الأخبار إلا فيما يمس الأمن الوطنى والقومى .

ميثاق الشرف الإعلامى الإسلامى :

- هو ميثاق لأخلاقيات ومبادئ الإعلام الإسلامى .. ويتكون من : ديباجة ومنطلقات العمل الإعلامى فى الدول الإسلامية (ستة بنود) ، ومبادئ ميثاق الشرف الإعلامى الإسلامى (ستة عشر بندًا) .
- تضمنت الديباجة ما يبرز خصوصية هذا الميثاق لأخلاقيات المهنة ، والتى ترتكز على أن « للإسلام منهجًا إعلاميًّا مميزًا ، مستمدًا من الكتاب والسنة والتراث الإسلامى » ، وأن : « للإسلام منظومة من القيم تجسد بمجموعة متكاملة من المبادئ السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية ، تشكل فى مجملها منهجًا خاصًّا فى الحياة ، هو الذى منح الهوية الثقافية الإسلامية ملامحها المميزة » .
- منطلقات العمل الإعلامى فى الدول الإسلامية ، وقد حددها الميثاق فى النقاط التالية:

أولاً : الإعلام فى جوهره كلمة طيبة ، تستهدف مصلحة الفرد والجماعة .

ثانيـــًا : الإعلام حق من حقوق المســـلم فى أن يعلم ويتعلم ويعلم عنه ، من وســـائل إعلام وطنية متطورة ، ومتحررة من أية سيطرة خارجية .

ثالثـــًا : الحرية هى أعلى القيم التى يحرص الإسلام على تأكيدها .

رابعـــًا : العمل والإنتاج والإبداع وإعمـــار الكون، هو الغرض الأساسى الذى خلق الإنســـان من أجله بعد عبادة الله .

خامسًا : رجل الإعلام يمثل واحدًا من أهم مقومات التحرك الإعلامى فى الدول الإسلامية .

سادسًـــا : الهـــدف من الإعلام على المستوى الدولى هو تعميق العلاقات الودية القائمة على المحبة والتعاون بين البشر جميعًا ، بقصد تكوين مجتمع إنسانى متكاتف متماسك متآلف .

مبادئ ميثاق الشرف الإعلامى الإسلامى

حددهـــا الميثاق فى ستة عشر بندًا ، تقدم الخطوط الرئيسية التى تحكم أخلاقيات المهنة فى الإعلام الإسلامى منها :

- فى الدعـــوة الإســـلامية .. الدعوة إلى الركائز الثلاث التى يقوم عليها المنهج الإسلامى: (العقيدة ، الشريعة ، الأخلاق) .

- الأصالة والمعاصرة .. التمسك بالأصالة التى تربطنا بجذورنا ومنابعنا وقيمنا الإسلامية ، وتراثنا العريق بمعطياته الإيجابية ، والحرص على مواكبة العصر والانفتاح على الحضارة الإنسانية .
- الصدق والموضوعية .. الالتزام بالصدق والموضوعية .
- لغة الحوار .. الالتزام بالأسلوب العف الكريم فى الحوار القائم على الحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتى هى أحسن .
- أما بقية المبادئ ، فهى حول أخلاقيات المهنة فى الاهتمام بجوانب عديدة وتناولها إعلاميًا : التضامن الإســلامى ، طلـــب العلم ، محاربة الخرافة والتشاؤم ، الحث على العمل ، الإبداع ، اللغة العربية ، احـــترام الأسرة ، التنمية والاهتمام بقضايا المجتمع ، صورة الإسلام والمسلمين ، التعامل مع التيارات الفكرية المضللة ، ضوابط الإعلان ، التدريب .

ومن خلال النماذج التى تم تناولها من المواثيق الخاصة « بأخلاقيات الإعلام » .. يمكن القول : أن أخلاقيات المهنة وأهمية الالتزام بها أمر متفق عليه فى جميع المواثيق المقننة لها ، وهذا الالتزام لا يعنى تقييد حـــرية الإعلام ، حيث إن هذه المواثيق تقدم ضوابط لتدعيم هذه الحرية من واقع المسئولية الإعلامية ، فلا حرية دون مسئولية .

ومـــع تصاعد الطوفان الاتصالى والمعلوماتى ، والمنافسة الحادة فى الفضاء – والذى أصبح مكتظًا بالقـــنوات الفضائية ، والتى تحمل رسائل متباينة بعضها جيد وبعضها ردىء – تبقى قضية أخلاقيات الإعلام مطروحة وبصورة ملحة .

وفى وصـــف دقيق ومبكر للوضـــع الحالى تحت عنوان « الانفجار الاتصـــالى » .. من كتاب : « الإعلام وسيلة ورسالة » لمؤلفيه « جون ميريل » و « رالف لونشتاين » « فقرتان » .. تعدان بمثابة « دق أجـــراس الخطـــر » للاهـــتمام بالأخلاقيات الإعلامية .. فيما يقدم من مضامين عبر الرسائل الإعلامية :

« كل الناس يتكلمون ، يتحدثون ، تتزايد باستمرار نسب وإحصاءات الذين يكتبون ، فيض من الرســـائل يجتاحـــنا وكـــأمواج عاتية ، يحيط بنا من كل جانب . ومنذ أواخر الخمسينات والاهتمام بالاتصال يحدث نموًا مضطردًا فى حجم الرسائل وانسيابها وتدفقها ؛ فسقطت حواجز اللغة ، وتعرضت البيئات الاجتماعية والفكرية إلى « تلوث اتصالى » بشكل يهدد نسيجنا وبيئتنا الاجتماعية بالتشويش والإحباط ، ويمزق – فى الوقت نفسه – فاعلية شخصيتنا وهويتنا الحضارية ، وكلما كثرت الاتصالات

ضـــعفت قيمتها ، لا سيما ونحن نمر الآن بمرحلة « تضخم اتصالى » أصبحت معه الرسائل أقل قيمة بسبب ارتفاع عددها » .

« كـــلما تضـــخم عـــدد الرسائل تضخم حجم المواد التافهة والفاسدة التى تحاول السيطرة على اهتماماتنا » .

ويمكن القول : إن التلوث الاتصالى ، يمكن مواجهته بل والقضاء عليه بالمضامين الإعلامية الهادفة عبر رسائل إعلامية « جيدة » .. شكلاً وموضوعًا .. والتى تعد بدورها مؤشرًا على الالتزام بأخلاقيات المهنة فى بث الرسائل الإعلامية ، وهذا هو التحدى الأساسى أمام الفضائيات العربية حفاظًا على الهوية والثقافة العربية .

المبحث الثانى .. الفضائيات العربية

تعد الفضائيات العربية تجسيدًا للتواجد العربى فى عصر السماوات المفتوحة ، والذى أصبح فيه الفضاء مفتوحًا لإطلاق قنوات فضائية جديدة « كل يوم » ومسرحًا لمنافسة إعلامية ضارية بين تلك القنوات - والتى هى فى الواقع منافسة بين دول العالم « لإثبات وجودها على الساحة الدولية وفى الفضاء الخارجى » .

ويرجع تاريخ الفضائيات العربية إلى أواخر عام ١٩٩٠ والذى شهد انطلاق أول قناة فضائية عربية وهى « القناة الفضائية المصرية (الأولى) » - والتى بدأ بثها فى ٢٢ ديسمبر ١٩٩٠ .. والتى كانت البداية نحو انطلاق قنوات فضائية عربية عديدة ومتنوعة ، سواء كانت قنوات حكومية أم قنوات خاصة .. بل إن الملفت للنظر هو تزايد عدد القنوات الفضائية العربية بوضوح فى السنوات الأخيرة . فبعد أن كان عددها يقدر بعشرين قناة فى منتصف التسعينات ، تجاوز عددها الآن المائة بكثير ، الأمر الذى أدى إلى زيادة حدة المنافسة بين الفضائيات سواء بين الفضائيات العربية ، أم بين الفضائيات العربية والفضائيات الأجنبية .

ملامح من واقع البث الفضائى العربى (وفقًا لإحصاءات اتحاد الإذاعات العربية) .

عدد القنوات الفضائية العربية :

يبلغ عدد القنوات الفضائية العربية أكثر من (١٤٠) قناة ، وقنوات أخرى فى طريقها إلى الانطلاق بمعدل ٤ أو ٥ قنوات جديدة ، منها :

(٧٥) قناة عامة « القنوات الجامعة » .

و (٦٥) قناة متخصصة : أطفال ، رياضة ، أخبار ، سينما ، دراما ، موسيقى / منوعات ، ثقافة ، تعليمية ، خدمات / إعلامية / أفلام وثائقية إلى آخره ..

ويبلغ عدد الهيئات العربية التى تبث قنوات فضائية أو تعيد بث قنوات فضائية على شبكاتها (٤٧) هيئة ، منها :

- (٢٠) هيئة حكومية .
- (٢٧) هيئة خاصة تمتلكها وتديرها رؤوس أموال عربية .

نظام البث :

تبث ٧٨ قناة (تقريبًا) ، بنظام البث المفتوح ، فى حين تبث (٥٩) قناة تقريبًا بنظام البث المشفر .

التغطية الجغرافية :

يغطى بث القنوات الفضائية العربية أساسًا المنطقة العربية ، وجزء كبير منها يغطى مناطق شاسعة من أوروبا ، بينما يغطى عدد محدود من هذه القنوات أمريكا واستراليا وأفريقيا وأمريكا الجنوبية وأجزاء من آسيا .

تبث معظم الفضائيات العربية على أقمار « عرب سات » و « النايلسات » ، فى حين تبث بعض القنوات على أقمار ٧٠٥ و ٧٠٣ INTELSAT ، EUTELSAT HOTBIRD 2 ، EUTELASTI F3 ، PANAMSAT PAS 4-2-3-4 ORION ECHOSAT .

لغة البث :

تبث معظم الفضائيات العربية باللغة العربية (٨١) قناة ، فى حين تبث بعض القنوات جزءًا من برامجها باللغة الإنجليزية (٤٠) قناة ، واللغة الفرنسية (١١) قناة وبعض اللغات الأخرى كالإسبانية والهندية والفارسية ، (تبث قناة النيل الدولية المصرية باللغات الإنجليزية ، الفرنسية ، العبرية) .

الإنتاج :

- تعتمد أغلب الفضائيات العربية على الإنتاج المحلى للبرامج بنسبة تتراوح بين ٣٠% ، ١٠٠% من البرامج التى تبثها على قنواتها .
- بالنسبة للإنتاج المستورد ، فإن الفضائيات العربية تستورد برامج عربية بنسب تتراوح بين ٠,٣% و ٧٠% أما البرامج الأجنبية المستوردة فتتراوح نسبتها بين ١% و ٦٠% من جملة البرامج التى تستوردها هذه القنوات[١١] .

نظام الحزم التليفزيونية فى الفضائيات العربية :

يقوم هذا النظام على أساس : تجميع عدد من القنوات التليفزيونية ، معظمها فضائى وبعضها أرضى من جانب مؤسسة متخصصة ، تتيح خدماتها للذين يرغبون فى استقبال هذه المجموعات ، مقابل اشتراك مالى سنوى أو شهرى ، ويتم ذلك باستخدام « ديكودر » خاص بالنظام الذى يتم فيه الاستقبال ، إما عن طريق شبكة مايكروويف أرضية متعددة الاتجاهات ، أو عن طريق هوائى متصل بقمر معين هو الذى يحمل حزمة القنوات » .

ويعرف هذا النظام « بالباقة أو البوكيه » ، ومن أهم هذه الحزم أو الباقات :

- الشركة المصرية للقنوات الفضائية C.N.E .
- باقة الأوائل أو مجموعة الأوائل السعودية – شبكة راديو وتليفزيون العرب (ART)
- باقة أرابيسك .
- شبكة الأوربيت .
- سارة فيجى (السعودية)
- كيوتل (القطرية)
- الشبكة الأردنية للبث المتعدد .
- دبى كيبل .
- حزمة الاشتراك البحرانية .

ومن خلال هذه الملامح الرئيسية لواقع البث الفضائى العربى ، يمكن القول : إن السمة الأساسية هـــى الكـــثرة العددية للقنوات الفضائية العربية ، والتى وصفتها د. انشــــراح الشـــال – مبكرًا وقبل وصول عدد القنوات الفضائية العربية لهذا الحجم (١٤٠) قناة – بـــ : « هوجة القنوات الفضائية » .. فنحن الآن أمام واقع مشهود من هذه الهوجة الفضائية .

مؤشرات حول أداء الفضائيات العربية :

حول الانطباعات عن مختلف القنوات الفضائية العربية فيما تبثه من برامج :

أسفرت نتائج بحث واقع ومستقبل البث الفضائى العربى .. (يونية ٢٠٠١) – بالتعاون بين اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصرى والشركة المصرية للأقمار الصناعية «النايل سات» والذى أجرى على عينة قوامها (٣٦٩٥) مفـــردة من أربع دول عربيـــة : مصر (١٤٨٧) ، الســـعودية (١١٦٥) ، الإمارات (٥٠٠) ، الكويت (٥٤٣) .. جاءت أكثر ثلاث قنوات تميزًا على النحو التالى :

- **البرامج الإخبارية** : احتلت قنـــاة الجزيرة المركز الأول بنسبة (٨١%) ، يليها قناة MBC (٤٦%) ثم النيل للأخبار (٢٨%) .
- **البرامج الرياضية** : قناة النيل الرياضية (٤٥%) ، قناة دبى الرياضية (٤٠%) ، MBC (٢٦%) .
- **الدراما العربية** : قناة النيـــل للدراما (٥٠%) ، القناة الفضائية المصرية الأولى (٤٥%) ، MBC (٢٤%) .

- **الدراما الأجنبية :** MBC (٤٣%) ، LBC (٢٤%) ، المستقبل (١٩%)
- **البرامج الثقافية :** قناة النيل الثقافية (٢٧%) ، الجزيرة (٢٣%) ، MBC (٢١%)
- **المنوعات الغنائية والمسابقات :** MBC (٤١%) ، LBC (٣٧%) ، النيل للمنوعـــات (٣١%) .

وعـــن مدى انتشار البث الرقمى فى المنطقة العربية – وفقًا لنتائج البحث – فقد بلغ نسبة ٢٦% بعـــد مضى نحو ثلاث سنوات على دخول البث الرقمى للمنطقة ، وهى نسبة مشجعة للغاية ، وتعطى مؤشـــرًا على أن العالم العربى مقبل على بيئة تليفزيونية جديدة [١٤] .. فى اتجاه تعددية الفضائيات التى يستقبلها الجمهور العربى، ومن ثم ، تعرضه لكم ضخم من الرسائل الإعلامية بأشكال ومضامين مختلفة، مما يفرض تحديات كبيرة أمام الفضائيات العربية للفوز فى هذا السباق الفضائى .

حول الإعلام التليفزيونى الفضائى العربى ، وأداء الفضائيات العربية :

أسفرت نتائج بحث : « الإعلام التليفزيونى الفضائى العربى .. الإنجازات والتحديات » (أكتوبر ٢٠٠٣) – بالتعاون بين اتحاد الإذاعة والتليفزيون والشركة المصرية للأقمار الصناعية « نايل سات » – والمركز العربى للبحوث والدراسات الاستشارية – والذى أجرى على عينة قوامها (٤٦٢٤) مفردة من خمس دول عربية : مصر (٢٠٠٦) ، السعودية (١٠٠٧) ، تونس (٦٠٠) ، الإمارات (٥٠٦) ، الكويت (٥٠٥) .. عن مجموعة من المؤشرات المهمة :

الإعلام الفضائى العربى :

- الإنجـــاز الرئيسى للإعلام الفضائى العـــربى هو تكريس واقع إعلامى عربى جديد – لا رجعة عنه – وهو الإعلام العربى العابر للأقطار «Pan Arab» وبذلك يكون الإعلام الفضائى العربى قد أنجز ما عجزت عنه السياسة والاقتصاد . ومن المنجزات الانتشار المبهر للبث الفضائى الرقمى الذى كانت النايل سات الرائدة فى إطلاقه ، وكذلك الانتشار الذى حققه عدد من الفضائيات المصرية . وبوجه عام ، فإن مضمار السباق الإعلامى المرئى هو السوق العابر للأقطار .
- الدوافـــع المعلـــنة للتحول إلى البث الرقمى متعددة ، غير أن الدافع الرئيسى هو تعدد الخيارات التى يتيحها البث الرقمى .
- المخاوف الاجتماعية – الثقافية من انفتاح الأسر على قنوات فضائية لا ينسجم مضمونها مع مضامين القـــيم والعادات العربية – قائمة وستستمر . إلا أن هذه المخاوف مبالغ فيها ، فالأسر العربية قادرة على السيطرة على ما تشاهد .

- مهما تعددت خيارات المشاهدة أمام المشاهد العربى ، ينحصر عدد الفضائيات التى تستقطب النسبة الأعلى من المشاهدين على عدد أصابع اليد الواحدة ..

أداء الفضائيات العربية من حيث معدلات المشاهدة (القنوات التى تبث عبر النايل سات) ..

من واقع ما أسفر عنه البحث من نتائج ، فإن عددًا من الفضائيات العربية – من بين المائة وأربعين قناة – يحظى بالإقبال على المشاهدة بنسب متفاوتة ، على مستوى إجمالى جمهور عينة البحث ، وهى بالترتيب :

الجزيرة	(٤٤%)	دريم ١	(٣٤%)
Mbc 2	(٣٢%)	دريم ٢	(٢٨%)
Mbc	(٢٢%)	الفضائية المصرية الأولى	(٢٢%)
اقرأ	(٢٠%)	أبو ظبى الفضائية	(١٩%)
العربية من mbc	(١٩%)	الفضائية اللبنانية	(١٧%)
تليفزيون المستقبل	(١٣%)	ميلودى هيتس	(١٢%)
مزيكا	(١١%)	الفضائية المصرية الثانية	(١٠%)
المحور	(٩%)	دبى الفضائية	(٨%)
دبى الرياضية	(٧%)	الكويت الفضائية	(٦%)
تليفزيون المنار	(٤%)	نغم	(٤%)

وبالتالى ، فإن مع الوضع فى الاعتبار : الاختلافات النوعية بين جمهور عينة البحث فى كل الدول العربية الخمس ، إلا أنه لوحظ ما يلى :

- وجـــود اتفاق بين جمهور عينة البحث على الإقبال على مشاهدة قناة الجزيرة ، والتى حظيت بأعلى معدلات المشاهدة . واحتلت المركز الأول .
- ومن الملفت للنظر ، دخول القنوات المصرية الخاصة حلبة المنافسة ، واحتلالها المراكز المتقدمة الأولى من حيث معدلات المشاهدة : دريم ١ فى المركز الثانى ودريم ٢ فى المركز الرابع، وكذلك قناة المحور،

ولكـــن بنسبة أقل بكثير من دريم ١ ، دريم ٢ .. ولكن المهم أنها من الفضائيات العربية التي تحظى بإقبال على المشاهدة ولو بمعدل محدود .

- احتفظـــت قنوات مركز تليفزيون الشرق الأوسط بموقعها على مستوى القنوات الأكثر مشاهدة – وإن تراجعت من حيث الترتيب أمام قنـــاتي دريم ١ ، دريم ٢ : حيث احتلت mbc2 المركز الثالث و mbc المركز الخامس ، والعربية من mbc المركز التاسع .

- والملاحظـــة العامـــة أن الفضـــائيات العربية « الخاصة » احتلت الجانب الأكبر من القنوات الأكثر مشاهدة ، حيث احتلت المراكز الخمسة الأولى يليها بعد ذلك الفضائية المصـــرية الأولى (الحكومية « الرسمية » لاتحاد الإذاعة والتليفزيون) فى المركز السادس . ، وبالتالى فإن الفضائية المصرية الأولى هى القناة الأكثر مشاهدة على مستوى الفضائيات العربية الحكومية الرسمية .

وإذا كانت معدلات المشاهدة تقيس جانبًا من أداء الفضائيات العربية ، إلا أن هناك جوانب أخرى عديدة ترتبط بتأثير الفضائيات العربية ، ومدى قدرتها على حماية الهوية العربية فى إطار البث الفضائى الوافـــد مـــن الفضائيات الأجنبية ، فمن أهم مخاطر الفضائيات الأجنبية أن هذه القنوات قفزت فوق الحدود السياسية والجغرافية والقانونية ، بل والأخلاقية . وبدأ المواطنون يتعرفون إعلامًا جديدًا بوسائل ومضـــامين جديـــدة – يحمل رســـائل ثقافية وإعلامية وتربوية وقيمًا أخلاقية جديدة ومدهشـــة بل ومفاجئة ، وتعبر عن مجتمعات الغرب وتترجم قيمه وأخلاقياته ، وتروج لسياساته واهتماماته ، وتفرض على مستقبلها ومتلقيها أجندته الرئيسية سياسيًّا واقتصاديًّا وعسكريًّا وثقافيًّا وأخلاقيًّا[١٦] .

وبالـــتالى ، فإن التحدى الأكبر للفضائيات العربية هو حماية الإنسان العربى ، والهوية العربية من مخاطر ما تبثه الفضائيات الأجنبية .

ولكـــن هناك بعض السلبيات فى أداء بعض الفضائيات العـــربية تؤثر على دورها فى هذا المجال ، ومنها :

- لجوء بعض الفضائيات العربية إلى استخدام مضامين محلية تحاكى المضامين الأجنبية – دون وعى – مما يؤثر بالسلب على المجتمعات العربية ؛ لأن هذه المضامين تقدم باللغة العربية بما يجعل وصول الأفكار إلى الجمهور العربى أسهل ، وهذا هو مكمن الخطر ، حيث تحولت بعض الفضائيات العربية إلى أداة ضد الواقع العربى .

- إعطـــاء بعض الفضائيات العربية الأولوية للانتشار الجغرافى على حساب المضمون ، والتركيز على المواد الجاذبة ، مثل : برامج المنوعات والأغانى والدراما ، « التى تغرق المشاهد فى حالة من السعادة الوهمية التى تبعده عن شعوره بالمسئولية تجاه مشكلات وطنه ، وتثير وعيه وتحفزه على المشاركة فى قضايا تمس مستقبله ومستقبل وطنه » .. الأمر الذى يؤدى إلى « تغييب الوعى » وهو ما يتناقض مع الهدف الرئيسى المفترض من الفضائيات العربية ، وهو : تنمية وعى الشعوب العربية بقضايا أمتها .

- إضافة إلى أن الفضائيات العربية الرسمية تعرض قضايا مغرقة فى المحلية ، والتى لا تحظى باهتمام المشاهد العـــربى – والمفترض أن القنوات الأرضية هى المعنية بالقضايا المحلية – وهذا يؤدى إلى ابتعادها عن ســـاحة المنافسة ، وينتقص من دورها فى حماية الهوية العربية .. والأهم هو ترك الساحة للفضائيات الخاصة بغض النظر عما تقدمه من مضامين .

- إلا أنه بلا شك ، هناك جوانب إيجابية عديدة فى أداء الفضائيات العـــربية ، وفى مقدمتها أنها أتاحت « توفـــير عـــدد متنوع من الاختيارات أمام المتلقى العربى » .. وبخاصة فى ضوء انتشار الفضائيات العربية المتخصصة ، إضافة إلى أنها ساهمت فى الوصول للمشاهد العربى داخل وخارج البلاد العربية ، وتوصيل صوت العالم العربى إلى الجمهور الخارجى . إضافة إلى أن عديدًا من الفضائيات المتخصصة تخدم جهود التنمية فى البلاد العربية (قنوات التعليم ، الصحة ، الثقافة ، الرياضة إلى آخره ..) .

- وبغض النظر عن سلبيات أو إيجابيات أداء الفضائيات العربية – والذى تناولته بحوث ميدانية عديدة اهتمـــت بآراء وانطباعات الجمهور عما تقدمه الفضائيات العربية ، ومعدل مشاهدة هذه القنوات ، إلى آخـــره – فـــالمهم هو أن تحقق هذه الفضائيات الأهداف المرجوة منها فى حماية الهوية العربية ، والحفاظ على القيم والأخلاقيات فيما تبثه من برامج ومواد متنوعة ، وأن تكون بحق : البديل العربى فى الفضـــاء فى مواجهـــة مخاطـــر مـــا تبـــثه الفضائيات الأجنبية من مضامين وأفكار مغايرة للقيم والأخلاقـــيات العربية ، ولا تخدم مصالح الشعوب العربية .. لا أن تكون محاكاة للمضامين الأجنبية بمضـــامين عربـــية ، وهو ما يتصل مباشرة بالأخلاقيات الإعلامية – أو أخلاقيات المهنة – فيما تبثه الفضائيات العربية من مضامين ورسائل إعلامية متنوعة .

المبحث الثالث .. أخلاقيات المهنة والفضائيات العربية

يتــلخص المشـــهد الفضـــائى العـــربى الحالى فى تعددية الفضائيات العربية : الحكومية والخاصة والمتخصصة .. المشفرة والمفتوحة .. وهو فى شكله العام يحقق إشباعًا لاحتياجات الجمهور العربى من المواد والبرامج المتنوعة .

ولكن هذا الإشباع يتسرب من خلاله عديد من المواد والبرامج الهابطة والمضامين الفاسدة ، والتى تعـــتمد عـــلى الجذب والإثارة بغض النظر عن تناقضها مع القيم والأخلاقيات العربية ، والأخطر هو تأثيرها على الأطفال والشباب بصفة خاصة ، باعتبارهما أكثر الشرائح الاجتماعية تأثرًا بما يقدم لهم من مضامين .

وفى المقابل ، يوجد قطاع عريض من الجماهير العربية يحرص على القيم والتقاليد العربية ، وبالتالى يحرص على عدم الحصول على البث الفضائى، وهو ما برز من نتائج بحث: « الإعلام الفضائى العربى.. الإنجازات والتحديات » : حيث اتفقت آراء إجمالى عينـــة البحث على أن فى مقدمة الأســـباب التى لا تشجع على الحصول على البث الفضائى هو : « عدم ملاءمة ما تعرضه بعض القنوات الفضائية مع عاداتـــنا وتقاليدنا فى المنطقة بنسبة ٤٣% ، وأيضًا فى مقدمة الأسباب التى لا تشجع على التحول إلى البـــث الـــرقمى (والذى يتيح تعددية القنوات التى يتم استقبالها) هو : « تعارض بعض القنوات مع عاداتنا وتقاليدنا » بنسبة ٣٢% .

وبالـــتالى ، فإن الفضائيات العربية تكسب جمهورًا من جانب ، وتخسر جمهورًا من جانب آخر ، وذلـــك لخروج بعضها على أخلاقيات المهنة فى تقديم موادها .. سعيًا للانتشار بما يؤثر بالسلب على الفضـــائيات العربية بوجه عام من خلال امتناع قطاعات من الجماهير عن التعرض للبث الفضائى أو التحول للبث الفضائى الرقمى .

فالثابـــت ، أن بعض الفضائيات العربية – وبالأخص : « الفضائيات الخاصة تعتمد على ترويج رسائل الترفيه والتسلية والتسطيح والتهميش على حساب الموضوعات الجادة » .

فمـــن واقع الملاحظات التى رصدتها المتابعة البرامجية – بالمتابعة التليفزيونية بقطاع الأمانة العامة – اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، عن قناتى : دريم ١ ، دريم ٢ (خلال شهر ديسمبر ٢٠٠٣ – كنموذج) .

- **قناة دريم ١** : تركز فى برامجهـــا على برامج المنوعـــات والكرة والموضة والأغانى ، ويقـــل فيها ما يستحق الإشارة إليه من موضوعات .. ورصدت المتابعة البرامجية عرض لقطات جنسية من خلال أغنية Cent ٥٠ فى برنامج (Tip top) (الحلقة التى أذيعت فى ٢٠٠٣/١٢/٦) .

- **أمـــا قناة دريم ٢** : فقد رصدت تقارير المتابعة البرامجية العديد من التجاوزات خلال الشهر نفسه - ومنها :

- الأســـئلة « شـــديدة الإباحية التى لا يجب طرحها على الشاشة » فى البرنامج الدينى : «عم يتساءلون » .
- استخدام مقدم برنامج « على القهوة » عبارات وألفاظ غير لائقة فى حلقتى ١٢/٤، ١٢/٩ .
- كما رصدت المتابعة البرامجية « أنه أصبح من المعتاد - فى قناة دريم ٢ - تقديم الأعمال الفنية المصرية والأجنبية دون الاهتمام بحذف المشاهد الخارجة والعارية ، والملاحظة نفسها رصدها المتابعة البرامجية أيضًا لقناة المحور وهى : أن الأغانى الأجنبية تعرض على شاشة المحور دون أن يتم تنقيتها من المشاهد الجنسية غير اللائقة » .

وأيضًـــا ، من واقع نتائج دراسة عن اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة فى مصر ، على عينة عشوائية قوامها (٣٠٠) مفردة بمدينتى : الجيزة والقـــاهرة (من الجمهور) و (١٥٠) مفردة من الإعلاميين ، برز اتفاق بين عينتى الدراسة على « أن القنوات الخاصة لا تضطلع بمهام الحفاظ على الهويتين : العربية والإسلامية ، وتتخطى حدود العادات والتقاليد فى المجتمع » .

ولا يقتصـــر الأمر على الفضائيات المصرية الخاصـــة ، فهناك أيضًا الفضائيات اللبنانية التى تقـــدم « نموذج حياة جرىء يصاحبه خطاب متحرر ومنفتح للغاية » .

إضافة إلى نماذج أخرى من الفضائيات العربية الخاصة - والتى كانت مثارًا لعديد من أوجه النقد عـــبر الصـــحافة والدراسات المتنوعة - فيما تقدمه من مضامين هابطة ، نذكر منها نقـــدًا حديثًا فى جـــريدة المـــيـــدان (المستقلة) - من مصر - والصادر فى ٢٠٠٤/٢/١٢ تحت عنوان : « شاشات الفضائيات تتحول إلى وكر للدعارة » وهو عنوان مثير لنقد حول بعض ما تقدمه الفضائيات العربية ، جاء فيه : « أدى الاتجاه الذى تسلكه الفضائيات العربية هذه الأيام إلى تعكير صفو الصورة الذهنية التى ارتبطـــت لدى المشاهد العربى بالاحترام والقدسية لما يجب أن يشاهده على شاشة هـــذه الفضائيات ، بـــل أدى الأمر إلى إفساد الذوق العام ، واضمحلال الثقافة لدى الشـــباب والتأثير بشكل سلبى على

سلوكياقم التى تنطلق من الثقافة العــربية الأصيلة المرتبطة بالمبادئ والمثـــل والقيم ، ومن ثم الارتباط بـــالدين .. » ، « الفضـــائيات العربية باتت عبارة عن برامج تسلية وترفيهية رخيصة ، كما تزاحمت الفضائيات على تقديم الثقافة الهشة .. » .

ومـــن واقع نتائج دراســـات عديدة لاتحاد إذاعات الدول العربية حول مضـــامين ما تقدمه الفضائيات العربية ، يتضح ما يلى :

- « أن معظم المضامين الأجنبية التى تبث عبر الفضائيات العربية تقدم العنف والإدمان على المخدرات والممارسات الإباحية ، وإعلاء القيم المادية بشكل أساسى مما يؤثر سلبًا على المشاهدين ، وخاصة من فئة الشباب والأطفال .
- أن بعض البرامج المحلية مملة وبطيئة العرض ، ولا تحمل فكرًا جديدًا . لذلك ، ينصرف عنها المشاهد العربى إلى المضامين الأجنبية التى غالبًا ما لا تتناسب مع ثقافة مجتمعه .
- غـــياب الهدف السليم فى الاستعانة بمضمون أجنبى - وهو الانفتاح على الثقافات الأجنبية ، وعدم تـــرك المشـــاهد العربى أحادى التفكير منغلقًا على حضارته وثقافته فقط - فلقد جاءت الاستعانة بالمضـــمون الأجنبى بهدف ملء ساعات الإرسال الطويلة التى خلقتها عملية امتلاك الدولة الواحدة أكثر من قناة فضائية ، وهذا أدى إلى غياب صفة الانتقائية من المضامين الأجنبية المختارة . وخاصة أن هـــناك مفهومًا خاطئًا هو : أن الأخبار والأحداث العامة هى المضمون الذى نخشى على ثقافتنا الوطنـــية مـــنه ، لكن فى الواقع أن الثقافة تتأثر أساسًا بأفلام السينما والمضمون الترفيهى من دراما ورقصات وأزياء وأغانٍ. وأن خطورة هذه المشكلة تتفاقم فى ظل ارتفاع نسبة الأمية فى العالم العربى.
- أن التحدى الخارجى للفضائيات العربية هو فى كيفية مخاطبة الرأى العام الغربى الذى يحتفظ بصورة نمطية سلبية عن العرب .. وعلى الرغم من أن بعض الدول العربية تمتلك أو توجه بشكل مباشر أو غـــير مباشر أكثر من قناة فضائية ، إلا أن أهداف إنشاء بعض القنوات الفضائية العربية « لا تكون واضحة فى أذهان مالكيها » .. وفى ظل عدم وضوح الهدف وقلة الإنتاج البرامجى المحلى أو العربى ، تكون هناك صعوبة بالغة فى وضع خطة برامجية شاملة ومتوازنة .

والمحصلة العامة هى : « شاشة فضائية تعانى من تكرار المضامين الأجنبية من ناحية أو المضامين المحلية من ناحية أخرى ، وكلاهما له عيوب : فالمضامين الأجنبية لا تتناسب عادة مع عادات وتقـــاليد الشـــعوب العربية ، والمضامين المحلية تكون - عادة - مغرقة فى المحلية ، بحيث تؤدى إلى ملل المشاهد العربى ، وبالتالى انصرافه إلى القنوات الأخرى ... » .

وتجـــدر الإشارة إلى عامل مهم ساهم فى التأثير على مضامين ما تقدمه بعض الفضائيات العربية ، وهو أن تزايد عدد الفضائيات العربية تبعه تدخل رأس المال الخاص فى المجال التليفزيونى (وهو ما يتضح فى تزايد عدد الفضائيات العربية الخاصة) بما أدى إلى «سيطرة المصالح التجارية على العمل التليفزيونى» بحيـــث حل الربح محل المصلحة العامة .. وترتب على ذلك تدنى مستوى البرامج « بدلاً من أن تكون المنافســـة حافزًا على رفع مستوى البرامج » والتركيز فقط على الإبهار والإثارة ، سعيًا لجلب مزيد من الإعلانـــات الـــتى تعـــتمد علـــيها هذه القنوات فى تمويلها أو زيادة عدد المشتركين فى استقبال هذه القنوات .. بالنسبة للقنوات المشفرة ، والتى تعتمد على الاشتراكات مقابل وصول الخدمة أو الدعم غير المـــنظور من بعض الشركات والهيئات مقابل تحقيق مصالحها ، وامتداد هذا التأثير إلى الأخبار ، حيث أصـــبحت الأخبار « سلعة معروضة فى السوق الحر ، وهو سوق تلعب المنافسة فيه دورًا رئيسيًا » .. ومـــن هنا ، تعتمد الفضائيات الإخبارية الخاصة على أن تكون الأخبار جذابة ومثيرة وغير مسبوقة ، وتهـــتم أساسًا بالسبق على حساب الصدق والموضوعية ، أو التركيز على جوانب معينة من الأحداث بحكم ما تحمله من إثارة ، بصرف النظر عما يمكن أن يترتب عليه من تغطية إخبارية غير عادلة .

وأمامـــنا نموذج من الفضائيات العربية الإخبارية الخاصة : « قناة الجزيرة » .. والتى أثارت جدلاً واسعًا حول توجهاتها ، على الرغم من الاتفاق على كفاءتها من حيث حرفية العمل الإخبارى . وهى مـــن واقـــع نتائج البحوث . القناة الإخبارية الأكثر مشاهدة على مستوى الجمهور العربى – وهناك فضـــائيات إخبارية أخرى متميزة مثل : شبكة الأخبار العربية (ANN) وقناة النيل للأخبار . ومع ذلك ، تبقى قناة الجزيرة موضع جدل فيما تقدمه من برامج إخبارية وعلى سبيل المثال : فإن عديدًا من الدول العربية كجهات رسمية – احتجت على قناة الجزيرة وتحديدًا برنامج «الاتجاه المعاكس» .. وفى المقابل ، فإن رد مسئولى قناة الجزيرة هو أنهم قد استقروا على كسر الممنوعات العربية وإتاحة الفرصة للجميع لإبداء آرائهم مهما كانت قاسية ، ولم يقتصر الجدل حول هذه القناة على الأنظمة العربية ، بل إنه امتد إلى الصحافة ووسائل الإعلام – بين آراء مؤيدة وآراء مهاجمة .

ومـــن واقع ما انتهت إليه الدراسات المتنوعة حول الفضائيات العربية ، تبدو الدعوة ملحة لوجود معايير وضوابط تلتزم بها الفضائيات العربية فيما تبثه من مضـــامين عبر البرامج والمواد المتنوعة ، وهى لا تعـــنى المساس بالحرية الإعلامية لهذه القنـــوات ، وإنما هى معايير وضوابط ترتبط بأخلاقيات المهنة بوجه عام .

والمشكلة فى مجملها لا تتصل بالفضائيات العربية فقط ، وإنما تتصل باستخدام التكنولوجيا الحديثة بوجـــه عام ، سواء القنوات التى تبث عبر الأقمار الصناعية أم شبكة الإنترنت ، ويرتبط ذلك بعـــدم وجـــود بعـــض التشـــريعات أو القوانـــين السياسية والأخلاقية التى تنظم التعامل مع بعض الوسائل التكنولوجية الحديثة ، مثل : شبكة الإنترنت ، أو الأقمار الصناعية التى قد ينشأ عنها استخدامات غير أخلاقـــية لمثل هذه الوسائل ، مثل بث أى مضامين هابطة ومنافية للآداب العامة والأخلاق ، كالذى يحـــدث عـــلى شبكة الإنترنت أحيانًا فضلاً عن عمليات القرصنة الفضائية للإنتاج ، الذى يذاع على الفضائيات أحيانًا » .

ولكن .. لتكن البداية بالفضائيات العربية .. التى تحمل الهوية العربية – بقيمها ومبادئها وأخلاقياتها – فى الفضاء ولها دور بالغ الأهمية فى حماية هذه الهوية .

نحو التوصل إلى صيغة ملائمة لأخلاقيات البث الفضائى العربى ، تلتزم بها الفضائيات العربية فى إطار أخلاقيات المهنة :

إن مبادئ أخلاقيات مهنة الإعلام .. أمر متفق عليه وموثق فى عديد من مواثيق الشرف الإعلامية والتشـــريعات المنظمة للعمل الإعلامى .. وهى تتصل بطبيعة مهنة الإعلام ، فهى مهنة تتمتع « بقوة المعرفة » .. تلك القوة توظف أساسًا فى خدمة تنمية القدرات المعرفية للإنسان ، وبالتالى فإن « تأثيرها عـــلى حياة الأفراد والجماعات ، وكذلك على صناعة القرار وعلى التوازن الاجتماعى ، هو فى تزايد متواصل » .. ولأن قوة المعرفة التى تتمتع بها مهنة الإعلام تنعكس مباشرة على حياة الإنســـان ، فلابد أن تخضـــع هذه القوة لضـــوابط اجتماعية وأخلاقية . وفى هـــذا الإطار ، يمكن تحديد ثلاثة محـــاور رئيسية للسلوك المهنى الإعلامى : « قوة المعرفة ، القدرة على التحكم الذاتى ، الشعور بالمسئولية تجاه الرأى العام » .

وفى عصر الفضائيات وشبكات المعلومات تضخمت « قوة المعرفة » فى طوفان اتصالى معلوماتى ، ممـــا تزداد معه أهمية وضع ضوابط لاستخدام هذه القوة المعرفية وبخاصة فى الفضائيات ، وأيضًا شبكة الإنترنت ، فنحن نعيش فى عصر يتسم بتصاعد ثقافة الصورة وتزايد نفوذ اللغة المرئية ودلالاتها .

ويمكن بلورة أخلاقيات مهنة الإعلام فى هذا العصر بمفهوم « الحرية الإعلامية المسئولة » فالحرية الإعلامـــية ضـــرورية لممارسة مهنة الإعلام من منطلق حرية الرأى والتعبير وحرية الإبداع والمسئولية الإعلامـــية هى جوهر قوة الحرية الإعلامية ، فلا حرية إعلامية مطلقة ، حيث إن هذه الحرية تكتسب

قوتها من خلال عدم إساءة استخدامها – كما يحدث من بعض الفضائيات العربية ، التى تستخدم شعار الحرية كمبرر لما تبثه من مضامين هابطة .

ومن منطلق الثوابت الخاصة بأخلاقيات المهنة : « فإن التوصل إلى صيغة ملائمة لأخلاقيات البث الفضائى العربى تلتزم بها الفضائيات العربية يتطلب مراعاة الجوانب التالية :

أولاً : أن يكـــون تعمـــيق ارتـــباط الإنسان العربى بجذوره الأصيلة واجبًا والتزامًا مشتركًا بين جميع الفضائيات العربية .

ثانـــيـــًا : الحـــرص على الالتزام بالصدق والموضوعية فى البث الإخبارى ، وفى معالجة كافة القضايا المرتبطة بالعالم العربى ، أو القضايا الدولية بوجه عام .

ثالثـــًا : أن تكون حرية التعبير والإبداع فى إطار من القيم والأخلاقيات العربية والإسلامية .

رابعـــًا : أن تكون قضية بناء وتنمية الإنسان العربى فى مقدمة اهتمامات الفضائيات العربية فى كل ما تبثه من مضامين ، فيما تتناوله من موضوعات وقضايا بكل أشكالها الفنية المختلفة ، وتقديم الجـــرعة المناســـبة المتوازنة بين طرفى معادلة الأصالة والمعاصرة من البرامج الدينية والثقافية والعلمية والاقتصادية والترفيهية والبرامج الموجهة لكافة الشرائح العمرية والفئوية .

خامسًا : الحرص فى الإنتاج الإعلامى العربى للفضائيات العربية أن يكون متميزًا من حيث الشكل الفنى والموضوعى ، قادرًا على الإبهار والدخول فى منافسة مع أرقى مستويات الإنتاج الإعلامى ، والأهـــم أن يكون من حيث الوفرة بحيث يفى بكافة احتياجات الفضائيات العربية بما يوفر الـــبديل العربى الكامل دون الاستعانة بالمواد الأجنبية ، أو ترويج قنوات أجنبية – بمقتضيات الاستثمار – وبحيث تكون الاستعانة بالمواد الأجنبية فقط الإيجابية المضمون منها .

سادسًا : الالتزام فيما يبث من مضامين عبر الفضائيات العربية ، أن تثرى الفكر والوجدان العربى بألوان الإبـــداع الراقى ، والمبادئ والقيم الدينية الأصيلة ، وكل ما من شأنه المساهمة فى بناء التقدم والقوة الذاتية للأمة العربية .

ســـــابعًا : الالتزام فيما يبث من مضامين أن تحمى العقل العربى من الاختراق ، وكل ما يهدد المجتمع العـــربى مـــن مؤامرات تستهدف النيل من استقراره .. من خلال محاربة ظواهر الإرهاب والتطرف والجريمة بشكل عام ، والمخدرات ، وكل ما يشيع الانحلال والتفسخ الأخلاقى .

وأخيرًا .. فإن التوصل إلى صيغة ملائمة لأخلاقيات البث الفضائى العربى فى شكل « ميثاق شرف للفضـــائيات العربية » يمكن أن يتحول إلى واقع من خلال تفعيل دور « لجنة التنسيق بين الفضائيات العربية » ، والتى شكلت منذ عام ١٩٩٥ ، وهى تتبع اتحاد إذاعات الدول العربية ، وتضم فى عضويتها ممـــثلين « للقـــنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة التى تبث قنوات فضائية ، أو تعيد بث قنوات فضائية عربية على شبكاتها ، وكذلك الإدارة العامة لشئون الإعلام فى جامعة الدول العربية ، والإدارة العامـــة لاتحـــاد إذاعات الدول العربية والمؤسسة العربية للاتصالات الفضائية والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم » .. بحيث تتولى هذه اللجنة إعداد ميثاق الشرف المقترح ، الذى يضم ضوابط ومعايير للبث الفضائى العربى .. والأهم هو تضمين هذا الميثاق « آلية » لمعاقبة من يخرج على حدود أخلاقيات المهنة فى الفضائيات العربية .

الخاتمة والتوصيات

إن طرح قضية أخلاقيات المهنة فى الفضائيات العربية هو جزء من كل شامل ، فى ظل ما نعاصره مـــن « تخمـــة إعلامـــية معلوماتية » وبخاصة : المعلومات المرئية التى تبث من الفضائيات ومن شبكة الإنترنـــت ، فأصــبحنا نشــاهد حروبًا إعلامية ومعلوماتية شرسة ، تستخدم فيها كافة الأسلحة - الإعلامية المعلوماتية - بمختلف أشكالها ومقوماتها الفنية وهى أسلحة تصوب نحو عقل الإنسان وفكره ووجدانه وقيمه ومعتقداته وسلوكياته ، فالقضية هى قضية أخلاقيات البث الإعلامى والمعلوماتى بوجه عام ، سواء على المستوى الدولى أم الإقليمى أم الوطنى .

وتزداد أهمية هذا الطرح فى أنه من الصعب التحكم فى كم أو نوع الرسائل والمعلومات التى يتعرض لها الإنسان كل يوم ، ومن الصعب أيضًا التحكم فى حدود حريات الإبداع والتعبير ، وإنما من الممكن الالتزام بأخلاقيات المهنة فى البث الإعلامى وبخاصة : الفضائى .

ولكـــن ، لكـــى يكـــون هـــذا الالتزام « واقعًا » و « كاملاً » فمن الأهمية وضع صيغ جديدة لأخلاقيات البث الإعلامى تواكب روح العصر ومعطياته ، وتضع فى اعتبارها كافة الاعتبارات الخاصة بالمنافسة فى الفضاء والحروب الإعلامية والمعلوماتية الشرسة عبر الفضائيات وشبكات المعلومات .

فمن المهم فى هذا المجال :

- تطوير القوانين والمواثيق الإعلامية التى تحكم عمل أجهزة الإعلام الوطنية والإقليمية والدولية ، بحيث تشمل فى بنودها ومبادئها المستحدثات والمتغيرات الجديدة « الإعلامية والمعلوماتية » ، وأن يراعى فى صياغتها وجود نصوص تكفل « عنصر الالتزام » - بصورة أكثر حسمًا - بهذه المواثيق .
- أن تكون هناك « آلية » للمتابعة الدورية لمدى الالتزام بأخلاقيات المهنة - من خلال أجهزة خاصة تتولى هذه المهمة سواء على المستوى الوطنى أم الإقليمى أم الدولى.
- وضع ميثاق دولى لأخلاقيات المهنة .. إلى جانب المواثيق الوطنية والإقليمية .. حتى يكون هناك التزام جماعى بأخلاقيات المهنة على المستوى الدولى .

قضايا المرأة فى الخطاب الإعلامى للفضائيات العربية

قناة الجزيرة العربية « كحالة »

إعداد : **سوسن الدويك**[*]

مقـــدمة :

يلعب الخطـــاب الإعلامـــى دوراً جديراً بالدراسة ؛ لمعرفة مدى قدرته على توجيـــه الفكرة ونقيضـــها ، خاصة فيما يتعلق بقضايا المرأة ، وذلك لدراسة إلى أى مدى قد تحقق للخطاب الإعلامى العربى ما من شأنه إعلاء مفاهيم وأفكار تحسن وضع المرأة العربية ومكانتها وصورتها فى الإعلام . . أم تكـــرس لمفاهـــيم تقليدية تجر المرأة العربية للخلف ، وتقدم الفكرة الكلاسيكية نفسها عن دور المرأة ، ومكانتها فى المجتمع ، وكيفية تعامل المجتمع معها فى إطار قضاياها الملحة .

ومن هنا، تأتى أهمية هذه الدراسة التى تعنى برصد وتحليل عناصر الخطاب الإعلامى للفضائيات العربية فى تناولها لقضايا المرأة العربية . واتخاذ قناة الجزيرة الفضائية نموذجاً كدراسة حالة .

وبعـــد دراسة استطلاعية لما تقدمه هذه القناة الفضائية (الجزيرة) برز اختلاف كبير يكاد يصل إلى حد التناقض فى الخطاب الإعلامى بين برامج القناة فى إطار تناولها لقضايا المرأة ، وهما : برنامج "للنساء فقط" ، وبرنامج "الشريعة والحياة" .

وقد تناولت الدراسة تحليل الخطاب لنص عشر حلقات من البرنامجين بنسبة خمس حلقات من كل بـــرنامج ، كدراســـة حالـــة للكيفية التى تم بها معالجة وتناول قضايا المرأة من قبل الخطاب الإعلامى للفضائيات العربية وفى قناة واحدة : "قناة الجزيرة الفضائية" ، ومقارنة توجه واتجاه ونوع الخطاب المقدم مـــن كـــل بـــرنامج ، للكشف عن مدى الاختلاف أو الاتفاق بين البرنامجين ، المفترض أنهما يقدمان إستراتيجية إعلامية واحدة لقناة تليفزيونية فضائية واحدة . . فى تناولهما لقضايا المرأة العربية .

وتهـــدف هـــذه الدراسة : تعرف العوامل المؤثرة على بناء الخطاب الإعلامى للفضائيات العربية المتعلقة بقضايا المرأة ، والمتمثلة فى القوى الفاعلة ، والأطر المرجعية ، ومسارات البرهنة .

(*) مدير تحرير مجلة « المحيط الثقافى » ، نائب رئيس تحرير « مجلة الإذاعة والتليفزيون » القاهرة .

وتحـــددت الأهداف فى تعرف أوجه الاتفاق والاختلاف فى توظيف هذه العناصر ، ومدى تحيز الخطاب الإعلامى بأشكاله المختلفة عند معالجة هذه القضايا ، وهل لصالح تقدم المرأة؟ أم لتكريس سوء أوضاعها فى المجتمع العربى؟ من خلال عينة عشوائية بلغت عشر حلقات من برنامجى : «للنساء فقط» ، و«الشريعة والحياة» ، وهل للخطاب السياسى أم للخطاب الدينى ، أم لكليهما التأثير على هذا الخطاب الإعلامى؟!

الإطار النظرى

– تستمد هذه الدراسة إطارها النظرى من نظرية تحليل الإطار الإعلامى«Framing Analysis» حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمنى للرسائل الإعلامية التى تعكسها وسائل الإعلام ، وتقدم هذه الـــنظرية تفســـيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام فى تشكيل الأفكار ، والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا مما يفيد فى الظاهرة محل الدراسة وهى قضايا المرأة فى الفضائيات العربية .

– ويستند نموذج الإطار إلى دعامتين أساسيتين ، تساهمان إلى حد بعيد فى بناء تصور إعلامى عن القضية أو صورة إعلامية للأطراف الفاعلة فى هذه القضية ، وهما :

(١) الإطـــار Frame الذى تتناول من خلاله وسائل الإعلام قضية ما ، والجوانب التى تبرزها وتوليها الاهتمام .

(٢) الكيفية التى تعالج بها وسائل الإعلام مختلف القضايا وتطورات هذه المعالجة بهدف تشكيل رأى عام موال لموقفها تجاه هذه القضايا وبناء صورة معينة عنها .

فمفهـــوم وضـــع الإطار يعنى اختيار بعض الجوانب من الواقع وجعلها أكثر بروزاً من غيرها من المضمون الإعلامى .

ومن هنا يمكننا تطبيق هذا المدخل على تحليل الخطاب الإعلامى للفضائيات العربية إزاء قضايا المرأة وتحديداً على برامج قناة الجزيرة الفضائية وكيفية تناولها هذه القضايا .

فالإطار الإعلامى هو تلك الفكرة المحورية التى تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة .

والإطار الإعلامى لقضية ما يعنى انتقاءً متعمدًا لبعض جوانب القضية وجعلها أكثر بروزاً فى النص الإعلامـــى ، واستخدام أسلوب محدد فى توصيف المشكلة ، وتحديد أسبابها ، وتقييم أبعادها ، وطرح حلول مقترحة بشأنها .

وهناك أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامى ، هى :

١- تحديد المشكلة أو القضية بدقة De Fine Problem

٢- تشخيص أسباب المشكلة Diagnose Causes

٣- وضع أحكام أخلاقية Moral Judgements

٤- اقتراح سبل العلاج Suggest Remedies

وفى دراســـتنا الــتى تتناول قضايا المرأة فى الفضائيات العربية ، حيث تتناولها الفضائيات فى إطار خطاب سياسى وخطاب دينى ، ومن ثم مضمون الخطاب الإعلامى ، ومدى تأثره بهذين الخطابين يصبح هــو المشــكلة . ويمكن إيعاز السبب فى ذلك إلى وجود خطابين أحياناً بل كثيراً ما يكونان متناقضين ومشوشــين ، ســواء فى ذهــن القائم بالاتصال أم المتلقى . وقد يكون اقتراح سبل العلاج من خلال المعالجــات الإعلامية باستخدامها لإطار مرجعى دينى أو سياسى وتركيزها على حجج تخص الجمهور توحى إليه بأنها تعبر عن مصالحه ، وقد تكون اقتراحات سبل العلاج إحداث مزيد من التوعية الدينية ، والتوعية السياسية أو سن قوانين جديدة أو توقيع معاهدات دولية تهتم بقضايا المرأة أو غير ذلك .

ويتضمن تحليل الإطار الإعلامى ثلاثة مكونات أساسية ، هى :

١- البناء التركيــبى الشكلى للقضيةSyntactical Structure .

٢- الفكرة المحوريةThe matic Structure .

٣- الاستنتاجات الضمنية The torical Structure

ويجب التفريق بين نمطين أساسيين للأطر الإعلامية ، هما :

١- الإطار المحدد المرتبط بوقائع ملموسة Episodic Frame وهو يركز على شرح القضايا المثارة من خلال طرح نماذج ملموسة ، كقوانين محددة مثل: قوانين الأحوال الشخصية تخص الطلاق أو الخلع مثلاً ، أو عرض أحوال المرأة فى إطار تقرير مثل: تقرير التنمية الإنسانية والبشرية .

٢- الإطار العام Thematic Frame وهو على العكس من السابق: يعالج القضايا فى سياق مجرد، أو يتســم بتــناول أبعــاد القضية مثل: إرجاع قضية عمل المرأة إلى الأسباب السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة أو قضية مشاركة المرأة السياسية وربطها بقضية الديمقراطية عامة .

وتشــير دراســات عديدة سابقة إلى أن استخلاص الجمهور لأسباب قضية أو مشكلة ما وسبل علاجها ، يرتبط إلى حد كبير بنوع الإطار الإعلامى الذى يستخدمه القائم بالاتصال فى شرح أبعاد تلك القضية .

ويتحكم فى تحديد الإطار الإعلامى خمسة متغيرات أساسية ، هى :

١- مدى الاستقلال السياسى لوسائل الإعلام .

٢- نوع مصادر الأخبار .

٣- أنماط الممارسة الإعلامية .

٤- المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال .

٥- طبيعة الأحداث ذاتها .

الدراسات السابقة :

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى ثلاثة أقسام : يختص القسم الأول بالدراسات الخاصة بالمرأة (صـــورتها) ، قضــاياها ، برامجها فى وسائل الإعلام المختلفة ، والقسم الثانى بدراسات تحليل الخطاب الإعلامى .

أما القسم الثالث فيختص بالإستراتيجية الإعلامية وصانع القرار والقائم بالاتصال .

أولاً : الدراسات الخاصة بالمرأة وقضاياها فى وسائل الإعلام :

١- دراســة «عواطــف عــبد الرحمن» عن : صورة المرأة فى الإعلام العربى من خلال مضمون المواد الإعلامية الصحفية والإذاعية والتليفزيونية (١٩٨٢) ، وهى دراسة تطبيقية اعتمدت على أسلوبين لجمــع البــيانات وتحلــيل المادة الإعلامية الخاصة بالبحث ، وهما: أسلوب تحليل مضمون المواد الإعلامية المتعلقة بالمرأة ومقابلات مع القيادات النسائية فى مجال الإعلام المصرى وبعض الطالبات الخليجيات بالقاهرة .

٢- دراســة «ســهى عبد القادر» حول صورة المرأة فى الدراما ، وبرامج المرأة فى التليفزيون المصرى (١٩٨٢) اســتهدفت توضــيح صورة المرأة من خلال ثلاثة أبعاد : (التمثيل ، والمجال الاجتماعى والاقتصــادى ، والهوية الشخصية) وتبين أنها تصور المرأة كربة بيت ، وكأم ، ثم كعضو عامل فى المجتمع .

واتفقت برامج المرأة مع الدراما فى توجهها إلى الطبقة العليا وفوق المتوسطة .

٣- دراســة «منى الحديدى» ، الاهتمام البرامجى بالمرأة المصرية ، حول : الاهتمام الإذاعى والتليفزيونى بالمرأة من خلال برامجها (١٩٨٥) ، استهدفت : تعرف حجم برامج المرأة بالنسبة لإجمالى الإرسال الإذاعى والتليفزيونى بين مواعيد بث تلك البرامج ، وماهية الجمهور المستهدف ، وقد بلغت نسبة بــرامج المرأة على القناة الأولى ٣,١% بالنسبة للإرسال الأسبوعى الكلى ، وتأتى جميعها فى فترة الإرسال الصباحية ، وتبلغ نسبة برامج المرأة فى القناة الثانية ١٨ر١ % من جملة الإرسال الأسبوعى للقناة ، وهذه البرامج تخدم قطاعى المرأة العاملة وغير العاملة .

٤- دراسة «جيس وزملائه» (١٩٨٤) أشارت إلى : السمات الشخصية التي تعكسها وسائل الإعلام عن المرأة باعتبارها سلبية وتابعة ، خاضعة ، وضعيفة ، عاطفية ، أكثر دفئاً وأصغر سنًّا ، كما أنها غالباً ما تقدم كرمز للجنس ، مقابل تصوير الرجل قويًّا ومسيطراً ، ومستقلاً ، وإيجابيًّا ومفكراً .

٥- دراســـة «عدلى رضـــا» (١٩٨٤) توصلت إلى : أن نســـبة ظهور الذكور فى المسلسلات العربية تـــبلغ ٦١,٩ %مقابل نسبة ٣٨,١% للإناث ، كما يحظى الذكور بمستوى تعليمى واقتصـــادى أعلى من الإناث ، وأظهرت الدراسة أيضاً أن أهم مهن النساء خارج المنـــزل هى طالبة ١١,١% وطبيبة ٧,٤% ، ومهندسة ٥,٥% وخادمة ٣,٧%.

٦- دراسة «فوزية فهيم» (١٩٨٦) حول : الإعلام والمرأة وتهدف إلى تعرف الصورة التى تقدم بها المرأة مـــن خـــلال المواد الإذاعية والتليفزيونية ، ومقارنتها بالواقع الفعلى للمرأة المصرية ، وقد أشارت الدراســـة إلى تفوق ظهور الرجل فى الأعمال الدرامية سواء الإذاعية أم التليفزيونية عن نسبة ظهور المـــرأة ، وأن معظم الأدوار التى ظهرت فيها المرأة كانت ثانوية أو ضعيفة إلى جانب الأدوار غير اللائقة التى تتناقض مع واقع المرأة المصرية فى الحياة الاجتماعية .

٧- دراسة «عصام الدين فرج» (١٩٨٨) حول : صورة المرأة فى إعلانات التليفزيون المصرى مع دراسة تحليلـــية لإعلانـــات التلـــيفزيون المصرى عام ١٩٨٥ وأشارت النتائج إلى أن المرأة عادة ما تقوم بالوظائف التقليدية أو الاستهلاكية ، وأهم سمات شخصيتها فى إعلانات التليفزيون هى سمة الجمال بنســـبة ٧٦% ، واقتصر ظهورها على كونها ربة منزل أو طالبة مما يعزز الصورة التقليدية للمرأة ، بينما لم يظهر الرجل مؤديًا أعمالاً منـــزلية ، وكان ظهور المرأة أكثر من الرجل فى تقلد وظائف : موظفة ، ممثلة ، مدرسة ، راقصة .

٨- دراســـة« ناديـــة ســـالم» (١٩٩٠) حول : المرأة العربية ووسائل الإعلام ، وقد اهتمت الدراسة باســـتعراض عدد كبير من الدراسات السابقة ، والتى تعرضت لكيفية تناول وسائل الإعلام للمرأة والأدوار التى تقوم بها ، وأشارت النتائج إلى أن معظم وسائل الإعلام تهتم بإبراز دور المرأة كأم وربة مـــنزل ، وتهمل دور المرأة الريفية ولا تهتم بمشكلاتها ، كذلك لا تهتم بمشاكل الغالبية العظمى من النساء ، وخاصة فى المناطق الشعبية والريفية والفقيرة .

٩- دراسة «أديب خضور» (١٩٩٧) حول : صورة المرأة فى الإعلام العربى ، وخلصت الدراسة إلى : أن أبـــرز ملامح صورة المرأة التى يقدمها الإعلام النسائى فى وسائل الإعلام العربية أنها أنثى جميلة مغـــرية ، ومشتهاة ، وأنها أم بالمفهوم التقليدى ، وزوجة بالمفهوم الخضوعى للأمومة ، وأنها المرأة التابعة فى منزلها ، وأنها سلبية وضعيفة ، وعاطفية ، وانفعالية ، وأخيراً أنها ذاتية .

١٠- دراسة «أمانى فهمى» (١٩٩٧) حول : دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التليفزيون الدولية ، وتوصلت الدراسة إلى : أن هناك علاقة ارتباط إيجابى بين التعرض ودوافع الحصول على المعلومة والتسلية وقضاء وقت الفراغ، فى حين لا توجد علاقة بين التعرض ودافع الصحبة ، كما أشارت النـــتائج: إلى وجود علاقة ارتباط بين التوافق النفسى والاجتماعى ودوافع الحصول على المعلومة والتسلية والصحبة لدى المرأة المصرية .

١١- دراسة «لورا أشلى» و «بث أولش» (١٩٩٧) ، وتهدف إلى : دراسة الحركة النسائية التى تطالب بالمســـاواة مع الرجل فى الحقوق والجماعات المناهضة للحركة النسائية فى المجتمع الأمريكى ، من خـــلال ما توليه وسائل الإعلام من اهتمام بهذه الحركات ، وتوصلت الدراسة إلى : أن الحركة النســـائية فى المجتمع الأمريكى حظيت باهتمام ضعيف من قبل الصحف والمجلات ، فقد أبرزت وسائل الإعلام الحركة النسائية على أنها تفتقر إلى التنظيم ، وأنها تستخدم شعارات رنانة فى حين أبرزت المعارضين لها على أنهم يعملون للحفاظ على سلامة الأسرة والكيان الأمريكى ، هذا إلى جانـــب أن وسائل الإعلام تجاهلت أهداف الحركة النسائية وركزت على تفاصيل هامشية مثل : الأزياء والمكياج .

١٢- دراســـة «عواطـــف عبد الرحمن وآخرون» (١٩٩٩) حول : المرأة المصرية والإعلام فى الريف والحضـــر ، حيـــث تهدف إلى تعرف الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام فى تنمية المرأة المصرية وتطوير وعيها بحقوقها ومسئولياتها المجتمعية ، بما يكفل تصحيح صورتها الإعلامية وتلبية احتياجاتها الاتصالية ، وضمان مشاركتها فى تنمية ذاتها والنهوض بمجتمعها .

وأشارت أهم النتائج إلى : أن وسائل الإعلام الجماهيرى لم تهتم فى مصر بشكل عام بقضايا المـــرأة والتنمية بالقـــدر الكافى والمطـــلوب .. كذلك ظهر من التحليل الغيـــاب شبه الكامل للاهـــتمام بقضـــايا المرأة المصـــرية الريفية ، وأن الملامح الغالبة على صـــورة المرأة المصرية كما قدمـــتها وســـائل الإعلام الجماهيرى فى مصر تتمثل فى النظرة للمرأة كأنثى وليس إنساناً يرتبط بمشكلات مجتمعه . وأن وسائل الإعلام الجماهيرى عدا الإذاعة، فى معظم الأحيان ، لم توفق فى الكيفية التى عالجت بها قضايا المرأة المصرية وخاصة المرأة الريفية .

١٣- دراســـة « آمـــال حسن محمد الغزاوى» حول : القضايا التى تعالجها برامج المرأة فى التليفزيون المصرى حيث أثبتت الدراسة التحليلية أن هذه البرامج تخاطب الأسرة كلها فى المرتبة الأولى ، كما أوضـــح القائمون على برامج المرأة أن أهم الأهداف التى يسعون إلى تحقيقها من خلال البرامج : إرشاد المرأة لسبيل التوفيق بين أدائها لأدوارها فى المنـــزل والعمل بنسبة (١١,٨٥%) وأبرز دور المـــرأة فى ترشيد الاستهلاك (١١,٨٥%) من إجمالى إجاباتهم على النقيض ، وردت الموضوعات

السياسية فى المرتبة الثالثة عشرة فى الصحافة والراديو بنسبة ٢,٣% ، ٠,٣٢ %على التوالى بينما لم تـــتعرض لهـــا برامج المرأة فى التليفزيون .. ، ويعد هذا قصوراً من جانب تلك الوسائل لما لأهمية مشاركة المرأة السياسية فى المجتمعات الناميـــة ، والتى تعرقلها النظرة الرجعيـــة من المجتمع لعمل المرأة السياسى ، مما جعل الكثيرات نتيجة لنقص الوعى يتنازلن عن حقوقهن .

١٤- دراسة « منى الحديدى » (٢٠٠٠) : "الدور الوظيفى للإعلام المصرى فى خدمة قضايا المرأة " ، حيـــث أشارت إلى أن اهتمام وسائل الإعلام بالمرأة ليس على القدر الكافى أو الملائم وخاصة فى نمطـــية المعالجة ، وتقليدية التناول لقضايا المرأة المصرية والتى تتمثل فى التركيز على بعض القضايا الثانوية أو التقليدية دون الخوض فى جوهر قضـــايا المرأة ومشكلاتها ، أو إهمال الموضـــوعات التى تســـاهم فى تنمية المرأة ، واستثارة قدراتها للمشاركة الإيجابية ، فضلاً عن التركيز على اهتمامات ومشـــكلات الشرائح العليا من نساء العاصمة والمدن ، وعلى مشكلات المرأة فى مرحلة الخصوبة والإنجاب دون الاهتمام بمشكلاتها فى المراحل العمرية التالية .

١٥- دراســـة «رويـــا أخافـــان» و «چيو تيكاراما براساد» (٢٠٠٠) حيث ركزت الدراسة على : الـــتعرف على مدى اهتمام الصحف اليومية الأمريكية بتغطية أحداث مؤتمر الأمم المتحدة الرابع لـــلمرأة ، ومنتدى المنظمات والجمعيات غير الحكومية عن قضايا المرأة ، والذى عقد فى الصين خلال شهرى أغسطس وسبتمبر (١٩٩٥) .

وأشـــارت النتائج إلى أن الصحف الأمريكية اهتمت اهتماماً كبيراً بتغطية أحداث المؤتمر حيث قدمت ١١٤ قصة خبرية عنه ، إلا أنها لم تركز على قضايا المرأة المحورية ، والتى سعت الحركة النسائية نحـــو تشكيل وعى عالمى بها ، واقتصر تركيزها على موضوعات فرعية ، مثل : تغطية أنشطة السيدة (هيلارى كيلنتون) ، وإبراز الخلافات والجدل بين الوفود المشاركة فى المؤتمر .

وبعد استعراض معظم دراســـات تحليل المحتوى لوسائل الإعلام حول قضـــايا المرأة وصورها ، نجـــد أن معظم بحوث تحليل محتوى وسائل الإعلام العربية - وخاصـــة التليفزيون - تكريس الصـــورة النمطية (Stereotyping) للإناث والذكور ، حيث نرى النساء على الشاشة فى وضع أقل من الرجل بوجـــه عـــام ، ويقمـــن بأدوار رئيسية أقل ، وقد انعكس ذلك فى دراسات تحليل المضمون فى معظم الدراسات السابقة .

كما كشفت دراسات تحليل المحتوى فى الأدبيات الأجنبية عن السمات الشخصية للمرأة باعتبارها سلبية وتابعة ، عاطفية تهتم بمظهرها حتى فى المجتمع الأمريكى تجاهلت أهداف الحركة النسائية وركزت على الأزياء والمكياج ، ولم تتناول القضايا المحورية التى تهم المرأة أو تهتم بمشاركتها فى العمل العام .

ثانيًا : الدراسات الخاصة الإستراتيجية الإعلامية ، وصانع القرار والقائم بالاتصال

١٦- دراســـة «ياسين لاشين» (٢٠٠١) وهى: بحث إستراتيجى لدراسة عمليات صنع القرار بوسائل الإعلام باستخدام مستويات تحليل متعددة .

تناولـــت هـــذه الدراسة العوامل المؤثرة على صناعة القرار داخل الوسائل الإعلامية من خلال التركيز على عدة تساؤلات أساسية وهى :

أ - لماذا تنجح بعض الوسائل وتفشل وسائل أخرى؟

ب - لماذا تقوم وسائل الإعلام بإذاعة أو نشر مضامين معينة ، وتتجاهل مضامين أخرى ؟

وأشـــارت الدراســـة إلى عدة عوامل ، منها : الضغوط الدولية والضغوط التنظيمية والضغوط الفـــردية ، وأن الوسائل الإعلامية ظاهرة معقدة ، عليها أن تستجيب إلى احتياجات ورغبات الجماهير بمواد وأشكال إعلامية مختلفة عما كان سائدًا من قبل .

١٧- دراسة « سعيد السيد » (١٩٩٥): عملية صنع القرار فى النظام الإعلامى المصرى ، أجريت هذه الدراســـة بهدف تعرف أهم العوامل والمؤثرات التى تتدخل فى صناعة القرار فى النظام الإعلامى الإذاعى المصرى .

وجـــدت الدراسة أن جهاز اتحاد الإذاعة والتليفزيون قد اتسم بسيطرة البيروقراطية عليه ؛ مما أثر عـــلى فاعلـــية الجهاز وكفاءته بدرجة كبيرة ، على الرغم من أن القانون الذى يحكم الاتحاد اعترف بالطبيعة الخاصة لهذا الجهاز و لم تلزمه بالتقيد باللوائح أو القوانين .

مشكلة البحث :

تتبلور مشكلة البحث حول: رصد وتحليل المرتكزات الأساسية التى قدمها الخطاب الإعلامى لقناة الجزيـــرة الفضائية كدراسة حالة من الفضائيات العربية تجاه قضايا المرأة العربية ، لدراسة إلى أى مدى تحقق لهذا الخطاب حالة اتساق مع المفاهيم التى تدعو إلى تحسين صورة المرأة العربية وتحسين أوضاعها ، أم أن الخطاب كان على عكس هذه المفاهيم ؟ لاستنتاج إلى أى مدى تبنت قناة الجزيرة خطاباً يحمل فى طـــياته مظاهـــر الاختلاف فى التوجه ، والذى يصل أحياناً إلى نقيض الفكرة ذاتها تجاه القضايا نفسها المتعلقة بالمرأة عبر برنامجيها : (للنساء فقط) و (الشريعة والحياة) .

أهداف الدراسة

من خلال رصد المشكلة البحثية وضعت الباحثة مجموعة أهداف للدراسة كما يلى :

١- رصـــد وتحلـــيل الخطابات التى قدمتها قناة الجزيرة الفضائية فيما يتعلق بقضايا المرأة للوقوف على توجهاتهـــا المعلنة ، عن طريق استخراج الأطروحات التى قدمتها الخطابات بشأن قضايا ومحددات الأزمة ، والحجج التى ساقها كل خطاب تدليلاً على صحة الروحاته وتصورات الخطاب المختلفة للأطراف الفاعلة فى قضايا المرأة المختلفة .

- رصـــد وتحلـــيل المعالجات التى قدمها برنامج (للنساء فقط) ومقارنتها بالمعالجات التى قدمها برنامج (الشريعة والحياة) ؛ للوصول إلى محددات دقيقة بشأن أسس الاتفاق والاختلاف .

- تحديـــد مـــدى تـــأثير الخطاب السياسى للدولة المالكة للقناة (قطر) على مضمون الخطاب الإعلامى الذى تقدمه القناة .

٢- دراســـة مدى الاتساق الداخلى فى المعالجات التى يقدمها كل برنامج ، سواء فى اتجاه دعم وتبرير الخطاب السياسى أم فى اتجاه دحضها وتفنيدها وطبيعة التباينات إن وجدت ، ومن الذى أعلنها من ضيوف البرنامج ؟

٣- دراســـة التناقض فى الخطاب الإعلامى داخل القناة الواحدة عبر تصارع خطاباتها الإعلامية ، وفى ظل تواجد منظومتين إعلاميتين داخل إستراتيجية إعلامية واحدة فى قناة الجزيرة الفضائية ، إحداهما (تقدمـــية) تناقش المشاركة السياسية للمرأة ، بل وفى العمل العسكرى ، والأخرى تناقش (ارتداء المرأة للبنطلون) والساحة الممتزجة لاختلاطها بالرجال .

٤- وكيف تتم عمليات النفى والإزاحة للخطابات ، لمنافسة وتأكيد صحة الخيارات الذاتية ؟

٥- رصد الأطر المرجعية التى تستند إليها خطابات البرنامجين فى إعلان مواقفهما من قضايا المرأة العربية، أى رصـــد الأسس الفكرية التى ترتكز عليها مقولاتها المقدمة فى ظل الأفكار المرجعية ، التى تنطلق منها المعالجات الإعلامية للبرنامجين بالقناة نفسها.

تساؤلات الدراسة

١- مـــا الأسباب التى طرحتها الخطابات المدروسة لقضايا المرأة ؟ وما دلالات هذه الأسباب فى تحديد توجهات الخطابات الإعلامية المختلفة فى إطار تأييد أو مناهضة الأفكار التقدمية للمرأة ؟

٢- ما النتائج السلبية والإيجابية بالنسـبة لقضايا المرأة طرحتهـا الخطابات المدروسـة للحلقات فى البرنامجين ؟ وما دلالات هذه النتائج فى تحديد توجهات الخطابات الإعلامية المختلفة فى إطار تأييد أو مناهضة أفكار جديدة لتحسين أوضاع المرأة العربية ؟

٣- مـا موقف الخطابات المدروسة من القضايا الفرعية والمقولات التى أفرزتها إثارة قضايا المرأة والتى حـدث بشأنها جدل محتدم ؟ وما مدى اتفاق هذه المواقف أو تباينها مع المواقف المعلنة للخطاب السياسى الرسمى أو الخطاب الدينى ؟

٤- هل شهدت معالجات البرنامجين الإعلامية لقضايا المرأة مواقف مخالفة لمواقف دولة قطر المالكة؟

٥- ما طبيعة الضيوف لكل برنامج ، والتى اعتمدت عليها البرامج فى إجراء حلقاتها ؟ وما مدى ارتباط ذلك بموقف القناة من قضايا المرأة فى إطار توجهاتها السياسية بشأن هذه القضايا ؟

٦- من هم المصادر (الضيوف) الأكثر إسهاماً ، فى تشكيل الخطاب والخاص بكل برنامج بشأن قضايا المرأة ؟

٧- من هم المصادر الدائمون الذين سمح لهم كل برنامج بتقديم أطروحاتهم؟ وما خصائصهم وأسلوب مناقشاتهم لهذه القضايا ؟ وما مدى اتساقهم مع التوجهات السائدة فى كل خطاب لكل نصوص الحلقات المدروسة فى البرنامجين؟

٨- ما الأطر المرجعية التى استندت إليها الخطابات المدروسة فى تقديم أطروحاتها بشأن القضايا ؟ ومدى تبايـنها باخـتلاف المنطلقات الأساسية التى يرتكز عليها كل خطاب إعلامى؟ وكيف أثرت فى تشكيل مواقف هذه الخطابات من قضايا المرأة العربية؟

الإطار المنهجى للدراسة

تنتمى هذه الدراسة إلى نوعية البحوث الوصفية التحليلية ، التى تقوم على أساس تشخيص القضية المطـروحة ، وهى توجه وموقف قناة الجزيرة الفضائية من قضايا المرأة العربية من حيث تحديد ملامحها ومرتكزاتها .

١- وقد استخدمت الباحثة (منهج المسح الإعلامى) خاصة فى الدراسة الاستطلاعية للبحث ، حيث يسـاعد فى اكتشاف علاقات معينة بين مختلف الظواهر التى قد لا يستطيع الباحث الوصول إليها دون مسح ، إزاء قضايا المرأة فى برنامجى : (للنساء فقط) و (الشريعة والحياة) .

٢- المـنهج المقارن : ويتم استخدامه فى هذه الدراسة لتحقيق هدف أساسى يتعلق بإخضاع الظاهرة البحثـية لاخـتلاف نوع الخطاب الإعلامى فى قناة واحدة فى تركيبها الكلى وعناصرها المختلفة لعملـيات المقارنـة ، على مستوى كل نسق فرعى خاضع للدراسة سواء كان حلقة أو برنامجًا،

برصـــد طبـــيعة المعالجات والتوجهات المقدمة داخل كل حلقة من كل برنامج (للنساء فقط) أو (الشريعة والحياة) فى معالجتهما لقضايا المرأة من حيث (المواقف ، أسباب الأزمة ، نتائجها ، أدوار القوى الفاعلة وتقييمها) ودراسة مدى التطور وعناصر التباين أم الاتساق تزامنيًّا .

أما المستوى الثانى للمقارنة فهو الخاص بمقارنة الأنساق الإعلامية والحلقات الخاصة للدراسة من الـــبرنامجين: (للنســـاء والشريعة) (بالنسق الرئيسى المحدد والخطاب السياسى والدينى) باعتباره المتغير الأساســـى الـــذى تتم المقارنة على أساسه ، ثم أيضاً المقارنة بين المعالجات الخاصة بالأنساق الإعلامية وخطـــاب القناة الجزيرة الصادر عنه هذا الخطاب لرصد ملامح الاتفاق فى الموقف أو التباين ، ومحاولة تفســـيره فى ضوء اختلاف واقع وسائل الإعلام عن الواقع الخاص بالسياسة والإستراتيجية العليا ، كما تمـــت المقارنة كذلك على مستويات الحلقات الأنساق الإعلامية ذاتها الخاضعة للدراسة ؛ الأمر الذى يسمح فى النهاية بتكوين تصور شامل للظاهرة (موضع الدراسة) ترصد تنوعاتها وجوانبها المتعددة .

دراسة الحالة : قناة الجزيرة من الفضائيات العربية ، حيث يقوم الباحث بتحقيق عروض الدراسة والإجابـــة عـــن تساؤلاتها عن طريق التطبيق على قضية محددة ، هى: قضايا المرأة عبر الفضائيات بما احتوت عليه من القضايا الفرعية والداخلة ، التى تطلبت موقفاً محدداً من مختلف الخطابات الإعلامية من البرنامجين.

وتغطـــى دراسة الحالة إمكانة رصد الظاهرة (موضع الدراسة) عن طريق تحليل مختلف العوامل المؤثرة فى المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة فى القضايا بالتحديد فى الجزيرة ؛ أى بما يتعلق بطبيعة الوظائف التى بها القناة والمؤثرات التى تحدد طبيعة هذه الوظائف (نمط ملكية القناة - توزيع الأدوار - دور القائم بالاتصـــال – الجهات المشرفة عليها) كذلك دراسة المتغيرات الموضوعية الخارجية ، ونقصد بها تأثير العوامـــل الخارجية المؤثرة فى طبيعة معالجة المنتج الإعلامى بما يسمح بدراسة شاملة ومتكاملة للظاهرة البحثية .

ثانيا : أدوات التحليل

ومـــن خـــلال العرض السابق للمفهوم الخاص بالخطاب والمناهج المستخدمة فى الدراسة ، فإن الباحث يستعين بعدد من « المقارنات المنهجية » : الأدوات البحثية « التى » تساعد على رصد وتحليل خطابات الصحافة المصرية وتحقيق أهداف البحث وهى الأدوات الخاصة بالتحليل الكيفى للخطاب ، وهو تحليل يستند إلى كون الخطاب الصحفى رسالة إقناعية تستهدف تثبيت قناعات محددة، أو تغييرها، أو تفنيد وجهة نظر مضادة فى مجال حوار تفاعلى تنافسى بين خطابات ، تستند إلى أطر مرجعية متباينة وتتنازع فيما بينها بشأن قضية جدلية .

١- تحليل القوى الفاعلة : للكشف عن تصور الخطاب الإعلامى لمجموعة الفاعلين ذوى الأهمية ورصد الأفعال (الأدوار) ، والصفات المنسوبة إليهم فيما يتعلق بقضايا المرأة .

٢- تحلـــيل الأطـــر المرجعية : لرصد المنطلقات الفكرية المختلفة للمقولات المترددة داخل الخطاب ، والأسس التى يستند إليها الخطـــاب الإعلامى بأشـــكاله المختلفة فى برنامجى : (الشريعة والحياة) و (للنساء فقط) عبر قناة الجزيرة .

٣- تحليل مسارات البرهنة : لرصد الأدلة والبراهين التى يثبت بها الخطاب مقولاته المختلفة بشأن قضايا المرأة بهدف التأثير فى الرأى العام وإقناعه بها .

ثالثاً : مجتمع الدراسة :

١ - العينة المكانية : قناة الجزيرة الفضائية العربية .

٢ - العينة الزمانية : عشر حلقات من برنامجى: (للنساء فقط) ، و(الشريعة والحياة) .

٣ - العينة الموضوعية : خمس حلقات من برنامج : «للنساء فقط» ، وهى :

- مفهوم الجندر . . دعوة للمساواة أم للتماثل؟
- نظرة المجتمع العربى للمرأة المطلقة .
- المرأة العربية والمشاركة السياسية .
- المرأة والعمل العسكرى فى العالم العربى .
- صورة الرجل العربى عند المرأة العربية .

وخمس حلقات أخرى فى المقابل من برنامج : «الشريعة والحياة» وهى :

- تحرير المرأة فى العالم العربى .
- المرأة والتنمية . . (يناقش قضية الطلاق) .
- دور المرأة فى الحياة .
- قضايا المرأة .
- تعدد الزوجات حل أم مشكلة ؟

قناة الجزيرة

النشــأة والتطــور

بــدأت قناة الجزيرة الفضائية فى قطر بثها لأول مرة بتاريخ ١٩٩٦/١١/١ لمدة (٦) ســاعات يومــيًّا . وعلى القمر الصناعى العربى (Arabsat IIA) والقمــر الصــناعى (Eutetsatw2) لتكون بذلك أول قناة فضائية عربية متخصصة بالأخبار والبرامج السياسية .

على غــرار القنوات الفضــائية الإخبارية العالميــة المعروفة مثل (CNN) و(BBC) و (Euro News) وغيرها .

وفى أوائــل عام ١٩٩٧ زادت ساعات البث فى هذه القناة لتصبح (٩) ساعات يوميًّا ثم (١٢) ساعة يوميًّا . إلى أن وصلت ساعات البث اليومى فى منتصف عام ١٩٩٧ إلى (١٧) ساعة .

وفى شــباط عــام ١٩٩٩ بدأت تبث على مدى أربع وعشرين ساعة يوميًّا . ولم تكتف القناة بــزيادة ســاعات البث اليومى تدريجيًّا بل زادت مساحة تغطيتها للعالم. فمن مناطق الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وأوروبا وأمريكا الشمالية ، أصبح بث قناة الجزيرة الفضائية يصل إلى معظم بقاع الأرض بعــد أن بــدأت منذ انطلاقتها باستخدام البث الرقمى على الموجتين (C,KU) ثم (نظام الكيبل) فى الولايــات المتحدة ، ودخلت ضمن باقة شبكة (ART) فوصل عدد المشتركين فى أمريكا وحدها إلى قرابة مائتى مليون مشاهد حيث تبث إلى شرق الولايات المتحدة ضمن الباقة (٦٤٥) ، كما وصل بث القناة إلى استراليا وجنوب شرقى آسيا ، وهى مناطق لم تكن تغطيها قبل منتصف عام ألفين .

وفضــلاً عمــا تقدم ، فقد زادت قناة الجزيرة من الأقمار الصناعية التى تبث من خلالها برامجها وأخبارها بعد أن اشتركت فى الأقمار الصــناعية التالية : (ECHOSTAR TV) (EUTELSAT) و(ECHOSTAR III) و(NILESAT IOI)و (HOTBIRD TV) ليصبح عدد الأقمار التى تبث عليها قناة الجزيرة: ستة أقمار صناعية .

ومع توسع شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) أنشأت قناة الجزيرة موقعاً خاصًّا لها أطلقت عليه تسمية : (الجزيرة نت) يبث معلومات من خلال الأخبار والبرامج السياسية المختلفة التى تبثها القناة على مــدار الســاعة؛ ليتمكن بذلك من لا يستطيع التقاط القناة تليفزيونيا ، متابعة برامجها وأخبارها على موقعها على شبكة الإنترنت الذى بدأ العمل به فعليا منذ تموز ٢٠٠٠ .

وتشــترك قناة الجزيرة فى وكالات الأنباء العالمية الرئيسية ومعظم وكالات الأنباء الوطنية ، كما تشترك فى وكالات بيع الصور التى تصل إليها أولا بأول ، عبر هذه الوكالات ومن مختلف أنحاء العالم .

الهيكلة الإدارية :

يشير قانون إنشاء قناة الجزيرة إلى: أنها محطة مستقلة ذات شخصية معنوية ، مركزها الرئيسى فى مدينة الدوحة ، ولها مجلس إدارة مؤلف من سبعة أشخاص قطريين يرأسه الشيخ/ حمد بن ثامر آل ثانى وزيــر الإعلام والثقافة القطرى السابق ، ورئيس الهيئة العامة للإذاعة والتليفزيون. ويعقد مجلس الإدارة اجتماعاته شهريًّا على الأقل إذا كان نصابه مكتملاً ، ويمارس المدير العام: المتابعة والإشراف المباشرين على جميع أقسام القناة ، ويحل بدلا عنه فى حالة غيابه معاونه ، ويصل عدد العاملين فى أقسام الجزيرة إلى قرابة (٥٠٠) موظف .

تمويل قناة الجزيرة :

تشير المادة (١٩) من الفصل الثالث من قانون إنشاء القناة إلى تخصيص مبلغ خمسمائة مليون ريال قطرى ، كرأسمال للقناة لمدة خمس سنوات ، كقرض يسدد إلى الميزانية العامة ، وبعد انتهاء مدة الخمس سنوات يتم عرض أسهم القناة ، ويمكن لمن يشاء التقدم لشرائها والمساهمة فيها. والقناة بهذه الحال مثلها مــثل أى مشروع استثمارى آخر ، تقرض الحكومة القطرية أصحابه مبلغاً من المال على أن يعاد إليها على شكل أقساط .

ويضع الشيخ حمد بن ثامر رئيس مجلس إدارة قناة الجزيرة موعدا لتعاد الموازنة المالية المخصصة من قــبل الحكومة أمده نيسان عام ٢٠٠١؛ وهو ما دفع القناة إلى الاستثمار فى بعض المجالات التى تعود بإيرادات تدعم موازنتها مثل: التوسع فى مجال الإعلان ، الذى وصلت إيراداته عام ٢٠٠٠ إلى ٤٥% مــن مجمــوع دخل القناة ، فضلاً عن تأجير معدات مختلفة كالكاميرات وأجهزة المونتاج والإرسال الــتلفازى عــبر الأقمــار الصناعية ، وبيع الصور إلى مؤسسات إعلامية أخرى . فضلاً عن إيرادات المشــتركين فى القناة عبر (الكيبل) كما هو الحال فى الولايات المتحدة الأمريكية ، ولا تكاد تمر أزمة إعلامية أو سياسية لقناة الجزيرة مع جهة أو منظمة أو حكومة إلا وشككت الأخيرة بمصادر تمويل هذه القناة التى تنفق مبالغ كبيرة على إنتاج برامجها ورواتب العاملين فيها ، والمتابع لما تبثه القناة على مدار الســاعة وســعة مدد بثها ، لابد أن يتساءل عن المبالغ المرصودة لتأمين عمل هذه القناة ومصادرها ، ومدى تأثير هذه المصادر فى مستوى حيادية القناة وموضوعيتها .

ومع أن القناة ستتحول إلى مشروع استثمارى ، بانتهاء مدة السنوات الخمس ، فإن هذا لا يعنى - من وجهة نظر القائمين عليها - السماح لأى كان أن يشترى أسهمها ، وتصبح له الكلمة الفصــل فى إدارتهــا ،الأمر الذى يؤكد ما تحاول أن تنفيه قناة الجزيرة من أنها أنشئت للتعبير بطريقة أو بأخرى عن وجهة نظر الحكــومة القطرية ، ولكن بأســلوب غير مباشر . لكن طرحاً من هــذا النوع غالباً

مـــا يصطدم بالكثير من الشائعات التي ترددت حول تمويل قناة الجزيرة ، تصدر في أحايين كثيرة ممن تتعرض لهم القناة بشكل يعتبرونه غير مرض لهم ، فمرة تتلقى الدعم المالي من العراق ، ومرة أخرى أنها تمول من الجماعات الإسلامية ، وثالثة أنها مشروع خاص بوزير الخارجية القطري ، ورابعة أنها عبارة عن محطة (قطر – إسرائيلية) .

ومـــع صعوبة وجود أدلة قاطعة بصدد ما أثير بشأن مصادر تمويل قناة الجزيرة ، ورفض القائمين عليها التصريح بالتفاصيل المالية للقناة ، فإن الأقرب إلى الواقع – كما يرى الباحث – هو تلقيها دعماً ماليًا من الحكومة القطرية خارج إطار الميزانية الخمسية. ولاسيما أن كلف إنشاء مبنى القناة في الدوحة تقدر بنحو عشرة ملايين ريال يضاف إليها (٧٠) مليون ريال كلفة المستلزمات والأجهزة التقنية التي جهزت بها القناة عند افتتاحها عام ١٩٩٦ . بينما تقدر التوسعات التي جرت في مقر المحطة بما يقرب من الـــ (٤٠) مليون ريال ، فضلاً عما يقرب من الـــ (٣٠) مليون ريال لتجهيز مكتب القناة في لندن ليصل إجمالي ما أنفق في مرحلة التأسيس قرابة (١٥٠) مليون ريال قطري .

مـــن غير المعروف ما إذا كانت قد اقتطعت من رأسمال تأسيس القناة البالغ (٥٠٠) مليون ريال قطري أم من مصادر أخرى ، ولا تتوافر معلومات محددة عن معدلات رواتب العاملين في القناة حيث يـــتم التعتيم عليها ، إلا إنها تختلف باختلاف شهرة الشخص وخبرته وموقعه في المحطة. أما فيما يخص المراسلين .. فتحسب رواتبهم بحسب مستوى المعيشة السائد في البلدان التي يعملون فيها .

الإعلان في قناة الجزيرة :

يعد الإعلان في قناة الجزيرة واحداً من مصادر تمويل هذه القناة ، بل إنها بدأت منذ ما يقرب من ســـنتين بالاعـــتماد بشكل أكبر عليه في مواجهة تزايد نفقاتها المتأتية من كلف الحصول على التقنيات الاتصـــالية أولا بـــأول والتغطية الإخبارية المباشرة لمختلف أحداث العالم ، فضلاً عن المعدلات العالية لرواتب بعض العاملين .

وتســـتخدم قناة الجزيرة الإعلان بأسلوبين الأول: هو تخصيص مساحات زمنية لبث الإعلانات غالباً ما تكون قبل نشرات الأخبار الرئيسية أو البرامج الحوارية أو خلالها والثاني: هو أسلوب (الرعاية) أي بـــث بعض برامجها برعاية أحد المعلنين الذين يتوجهون إلى الجمهور العربي للترويج عن بضائعهم ومنـــتجاتهم ، وهنالك وكيل إعلاني معتمد لدى القناة يتم الاتفاق معه مباشرة على جميع ما تبثه القناة من إعلانات .

تحليل الخطاب الإعلامى لقضايا المرأة
على قناة الجزيرة

أولاً : الموضوعات التى ناقشتها القناة :

١ – مفهوم الجندر .. كإشكالية تطرح نفسها ، ولكن مشروطة بسؤال محدد عما إذا كان ذلك دعوة للمساواة أم للتماثل؟

٢ – قضية تحرير المرأة العربية ، ولكن بطرح محدد يرفض تماماً فكرة المساواة التامة بمعنى التماثل الكامل معللاً ذلك بأنه ضد الفطرة وضد الشرع .

٣ – قضية المرأة المطلقة من حيث نظرة المجتمع العربى لها .

٤ – المرأة المطلقة فى إطار الفكر الدينى والاجتماعى ، وتوصيف ذلك بأنه يدخل فى إطار قضية التنمية .

٥ – قضية المرأة العربية والمشاركة السياسية ، لتفعيل دور المرأة فى العمل السياسى .

٦ – قضـــية دور المـــرأة فى الحـــياة ، مرتكـــزاً عـــلى رفض فكرة إعطاء المرأة «حق الترشيح والانتخاب» فى الحياة السياسية .. وعمل المرأة فى بيتها وهو عمل لاينافسها فيه أحد ..!!

٧ – قضية «العمل العسكرى » للمرأة فى إطار المساواة وتكافؤ الفرص .

٨ – قضـــايا «وضع المرأة فى الإسلام» ، « حدود اختلاط النساء بالرجال » ، و«الحجاب» و « حكم لبس المرأة للبنطال (البنطلون) » .

٩ – قضية صورة الرجل العربى عند المرأة العربية . .حيث ارتكزت على إثارة النقاط السلبية فى الرجل العربى وأسبابها فى إطار الظروف الاقتصادية والاجتماعية .

١٠– قضية «تعدد الزوجات» مثيراً لقضية العنوسة فى المجتمعات العربية .

ثانيًا : أهم الموضوعات التى حظيت بالاهتمام :

١ – « الطـــلاق » : وقـــد بـــرز اهتمام الحلقات بهذه القضية وتم التركيز على النظرة السلبية «للطـــلاق» كحالـــة اجتماعية ، وكيف أن المرأة المطلقة غير حرة اجتماعيًا ، وهى امرأة مـــرذولة ، مرفوضة من المجتمع ، وكذلك التركيز على النظرة الدونية للمرأة العربية وكيف يراها المجتمع وكأنها قاصر تحتاج إلى رعاية .

وعـــلى الجانب الآخر كان هناك تأكيد أن الطلاق من حق الرجل ، وإدانة الجمعيات الأهلية فى مسألة إدخال المرأة فى التنمية بغرض إزالة كل ما للرجل من حقوق ، ومنها حق القوامة والمسئولية عن الأسرة .

٢ – « المســـاواة» : وقد أخذ هذا المفهوم «الإشكالية» حجم اهتمام كبير بدءًا من اعتبار أن المقصود من هذه الدعوة بالمساواة هو تجريد جنس الذكورة وحبس الأنوثة من كافة الفوارق البيولوجية وانتهاءً بفكرة تمكين المرأة Empowerment Of Woman

وفى المقـــابل كان هناك رفض تام لفكرة المساواة بمعنى التماثل الكامل ، وتأكيد أن الأسرة لابد وأن يكون لها رئيس .

٣ – « المشـــاركة السياسية» : وهذه القضية أخذت اهتماماً كبيراً من كافة الأطراف ، سواء القائم بالاتصال أم المشاركين .. فى إطار تفعيل دور المرأة فى العمل السياسى ، وكيف أن صناعة القرار السياسي فن يصنف عالميًا فى دائرة المهارات الذكورية .

وفى المقـــابل أثير موضوع المشاركة السياسية للمرأة العربية فى إطار أن الترشيح السياسى للمرأة ليس مجرد شهادة بل هو تزكية (ولا يجوز تزكية النساء فى وجه من الوجوه) .

ثالثاً : الاتجاهات :

بالنسبة لاتجاهات الخطاب الإعلامى فى برنامج : « للنساء فقط » تميز بالآتى :

١ – تأكيد غموض مفهوم الجندر بالنسبة للمجتمع العربى .

٢ – الإشارة إلى أنه مفهوم غربى صرف لا يخص ولا يصلح للمجتمع العربى .

٣ – معـــنى أن النساء نســـاء والرجال رجال لا يعنى بأن يكون هنـــاك طائفية أو تراتبية بين الرجال والنساء .

٤– تحـــول الصراع المرير الذى تخوضه المرأة لانتزاع حق المساواة مع الرجل إلى صراع نسائى لسبب حدة تباين المنطلقات العقائدية والفكرية .

٥ – الجندر ليست كلمة بل منظومة !!

- الاتجاه العام ضد نظرة المجتمع العربى للمرأة المطلقة .
- وتؤيد زواج الرجل من المطلقة .
- وتبرز الآثار النفسية السيئة على المرأة المطلقة .
- وتنتقد بشدة موقف الأسرة ذاتها من ابنتها المطلقة لأنها أحياناً ترفضها .
- وترفض وصف المرأة المطلقة بأنها نكدية وسيئة الطباع وخبيرة فى الحياة الجنسية .
- الاتجاه العلمى يسود تناولها لقضية الطلاق ؛ حيث إنها تبحث المشكلة من خلال الأبعاد النفسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية .

- اتجاهها نحو إعلاء شأن ومكانة المرأة المطلقة ، ورفض النظرة الدونية لها والنظرة التقليدية كزوجة أو مرفوضة من المجتمع .
- تأكيد حق المرأة العربية والمشاركة السياسية .
- وتفعيل دور المرأة فى العمل السياسى .
- مهاجمته صانعى القرار السياسى لأنه عالميًا يدور فى دائرة المهارات الذكورية .
- إدانة البرلمانات العربيةباعتبارها مؤسسات صورية مما يضعف دور المرأة الذى تلعبه فى هذا الإطار .
- المطالبة بالمزيد من الحرية والديمقراطية لارتباط هذا المناخ بالمشاركة السياسية للمرأة العربية .
- التوجه إلى إعداد المرأة وتربيتها سياسيًا باقتراح مدرسة الكادر النسائى لتربية الكادر النسائى فى مصر .
- إدانة فكرة استخدام المرأة كرهان سياسى وواجهة للأحزاب وأنظمة الحكم «نوع من الوجاهة الاجتماعية» .
- طرح فكرة العمل العسكرى فى إطار المساواة وتكافؤ الفرص .
- الدفاع عن الوطن مسئولية الجميع نوع من التأكيد على المساواة .
- توجه الخطاب الإعلامى إلى إبراز النقاط السلبية فى الرجل العربى .
- وكان هناك اتجاه لربط صورة الرجل العربى (الانهزامية) بدور الأنظمة الحاكمة .
- إبراز صورة الرجل العربى وربطها بالظروف الاقتصادية والسياسية .
- صورة المرأة عن نفسها بأنها كائن مقهور وربط هذه الصورة بالظرف المتخلف سياسيًا وديمقراطيًا للمجتمع .

(أ) الاتجاهات فى برنامج : « الشريعة والحياة » :

١ - رفض فكرة المساواة التامة بمعنى التماثل ؛ لأن هذا - من وجهة نظر البرنامج- ضد الفطرة وضد الشرع .

وحول هذه الأطروحة يدلل عليها بفكره الموجب والسالب ويؤثر عليها فكرة التكامل .

٢ - اتجاه نحو وصف الرجل بالتفكير والتبصر واختصاص المرأة بالعواطف والحنان .

٣ - حصر اتجاهات تحرير المرأة فى اتجاهين :

الأول : الحركة الإسلامية . والثانى : الحركة العلمانية .

٤ - تأكيد أن وظيفة المرأة الأولى هى رعاية الأولاد ، ومن حقها بعد ذلك أن تخرج للعمل بعد تربية أولادها .

٥ – تأجيل عمل المرأة إلى مرحلة انقطاع الدورة الشهرية .

٦ – إدانـــة الجمعيات الأهلية التى تدعو إلى انحراف المرأة ، فهى تدعوها إلى التحرر من الإسلام ذاته .

- ربط الطلاق : طلاق المرأة بعملية التنمية .
- وصف دور المرأة فى التنمية بأنه إدخال أو إدماج وليس مشاركة .
- إن القوانين أحياناً تحاول أن تنصف المرأة ؛ فتجور على الرجل (الشقة من حق الزوجة) ضد القوانين .
- رفـــض فكـــرة الطلاق القضائى ، والبرنامج يؤيد المشرع المصرى ، ويقف ضد المشرع المغربى؛ لأن المشرع المصرى يعتمد على مرجعية إسلامية ، أما المغربى فيعتمد على مرجعية غربية (قانونه وثقافته) .
- الاتجاه لإعطاء الرجل الحق وحده فى الطلاق .
- مهاجمة الجمعيات الأهلية فى هذا الشأن أيضاً ؛ لأنها تدعو إلى إهدار كل حقوق الرجل .
- الاتجاه نحو تعدد الزوجات (إسلاميًّا) .
- تسجيل اعتراض البرنامج على قرار أمير الكويت لإعطائه المرأة حق الترشيح والانتخاب .
- الترشـــيح يعـــد تزكـــية للمرأة وهو أمر مرفوض ، (فلا تجوز تزكية النساء فى وجه من الوجوه) ودعم ذلك بآراء مثل: ﴿ وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ ﴾ وعدم الاختلاط .
- الاتجاه نحو القطع بعدم تولى المرأة الولاية العامة .

١ – تأكيد الحجاب ، أما النقاب فهو غير واجب شرعاً .

٢ – صورة المرأة الآن فى الحصيلة النهائية لا تمت للإسلام بصلة .

٣ – تأكيد المساواة التامة بين المرأة والرجل فى حلقة أخرى ، لاختلاف المصدر أو القوة الفاعلة حيـــث كان « د .أحمد الكبيسى » هو الضيف الرئيس للحلقة (وأكد ذلك استناداً إلى مرجعية دينية (الزانى والزانية) ، (السارق والسارقة) .

وأيد فكرة تعدد الزوجات وحق الرجل فى ذلك ، ومشكلة العنوسة للبنات العربيات ، كما وجه تحية لمسلسل الحاج متولى .

توجه لتأكيد أن الرجل أشد شهوة وأقوى غريزة من المرأة .

رابعاً : المصادر (القوة الفاعلة) :

برنامج للنساء فقط : اهتم بالمتخصصين والأكاديميين ، مثل :

- د .أميمة كامل : باحثة فى قضية الجندر .
- د. زينب معادى : أستاذ علم الاجتماع بجامعة الحسن الثانى .
- لينا أبو حبيب : باحثة ومدربة فى قضايا الجندر .
- البروفيسور : خديجة راغب : رئيس قسم الطب النفسى جامعة الأزهر .
- مكرم عوده : مديرة برنامج الإرشاد الأسرى باتحاد المرأة الأردنية .
- نزهة الشقرونى : الوزيرة المكلفة لأوضاع المرأة والأسرة فى المغرب .
- د .جيهان المير : عضو لجنة شئون المرأة فى قطر .
- بهاء أبو القمصان : مديرة المركز المصرى لحقوق المرأة .
- فتحية أبو ترابه : ضابط التوجيه الثورى بكلية البنات فى ليبيا .
- أ . اعتدال المجبرى : إعلامية ناشطة فى مجال المرأة فى تونس .
- د .هدى زكريا : أستاذة علم الاجتماع السياسى بجامعة الزقازيق – مصر .
- تميز البرنامج بتنوع المذيعات/ ليلى الشايب ، لينا أبو حبيب – منتهى الرمحى .
- مصادر (القوة الفاعلة) : الشريعة والحياة .

د . يوسف القرضاوى يمثل ٩٠% من مجموع الحلقات .

د .أحمد الكبيسى يمثل ١٠% أو أقل من مجموع الحلقات .

المذيع ماهر عبد الله . ٤مرات بنسبة ٩٠% كقائم بالاتصال .

د .حامد الأنصارى مرة واحدة بنسبة ١٠% كقائم بالاتصال .

خامساً : مسارات البرهنة

١ – المقولات الأساسية فى برنامج «للنساء فقط» :

- الجندر : دعوة للمساواة أم للتماثل .
- وهذه الأطروحة ترد على التيارات الإسلامية التى ترى دوماً بعين الريبة والشك المفاهيم الغربية الخاصة بالمرأة ، والمسألة تتركز حول البحث الدؤوب للنساء عن ذواتهن فى مجتمع لا يفتأ يتغير .

- (تمكـــين المرأة) كمفهوم يتأرجح بين اللغة العربية والإنجليزية Empowerment oF) (Woman ، وهـــذا يدخـــل فى إطـــار خداع الترجمة ، وهى بالإنجليزية تعنى: التسلط والسيطرة والنسخة العربية ترجمتها على أنها : التمكين للمرأة ومعناها أن «تتساوى» .
- المجتمع العربى ينظر إلى المرأة المطلقة أنها غير حرة اجتماعيًّا .
- هناك نظرة دونية للمرأة تمثل عقدة نقص تجاه المرأة العربية .
- إدانة الفكر الدينى باعتباره : المسئول عن الثقافة المنتشرة فى المجتمع العربى .
- الدين الإسلامى كرم المرأة ، وطبعا المرأة المطلقة لها كيانها .
- التأكيد على تفعيل دورالمرأة فى العمل السياسى .
- صـــورة مفككـــة ارتسمت للرجل العربى عند الكثير من النساء العربيات بدا من خلالها إنساناً مهزوماً مقهوراً ، كما أن المرأة نفسها تعانى من قهر ذاتها فى مجتمع متخلف سياسيًّا وديمقراطيًّا .
- صناعة القرار السياسى تصنيف عالمى فى دائرة المهارات الذكورية .
- تحرير المرأة مرتبط بتحرير الرجل .
- الـــتداخل المقصود أو المتعمد بين السلطات الثلاث جعل من البرلمانات العربية مؤسسات صورية ، الأمر الذى يدعو إلى التساؤل حول الدور الذى تلعبه المرأة فيها .
- المرأة فى الخليج وخاصة : قطر مكبلة بواقع اجتماعى .
- استخدام المرأة كرهان سياسى وواجهة للأحزاب وأنظمة الحكم .
- طرح فكرة نظام الحصص ، وصول المرأة إلى دوائر صنع القرار .
- المجتمع الأهلى (والمدنى) يمثل قوى التغيير الحالية والمستقبلية .
- طرح فكرة مشاركة المرأة فى العمل العسكرى ، فى إطار المساواة وتكافؤ الفرص .
- الدفاع عن الوطن مسئولية الجميع (فلا نيابة فى الموت) ؛ بمعنى أنه على الجميع وكل من يستطيع حمل السلاح من الرجال والنساء . وقد كان الرسول صلى الله عليه وسلم يأمر الجميع بالمشاركة فى الغزوات .

٢ – المقولات الأساسية فى برنامج « الشريعة والحياة » :

- المســـاواة التامة بين الرجل والمرأة بمعنى : التماثل الكامل أمر مرفوض ، وهذا ضد الفطرة وضد الشرع .
- عزل البنات عن البنين فى التعليم أمر واجب .

- الـــرجل كـــائن عقلانى منطقى يختص بالتفكير والتبصر ، أما المرأة فكائن عاطفى يختص بالعواطف والحنان .
- الجمعـــيات الأهلية تطالب بأن تتحرر المرأة من الإسلام وهذه دعوة «للتحلل» وليست للتحرر .
- قضية الطلاق القضائى مرفوضة .
- اعتراض على المشرع المغربى لاعتماده على الثقافة والحضارة الغربية .
- هناك خصومة بين الفن الدرامى لطرح فكرة تعدد الزوجات ، ونحن نحيى مسلسل (الحاج متولى) .
- الطلاق من حق الرجل .
- تعدد الزوجات حق أباحه الله للرجل وطبقه الرسول صلى الله عليه وسلم .
- المقصـــود مـــن «إدخال» المرأة فى التنمية إزالة كل ما للرجل من حقوق - ومنها حق القوامة .
- أثبتت الإحصاءات ، والبحوث العلمية أن الرجل أشد شهوة وأقوى غريزة من المرأة .
- تقسيم الممتلكات المحصلة خلال فترة الزواج بين الزوجين (تقليد أعمى للغرب) .
- عمل المرأة أساساً فى بيتها ، وهو عمل لا ينافسها فيه أحد .
- الترشيح للمرأة فى المجال النيابى مرفوض ؛ لأنه نوع من التزكية (ولا تجوز تزكية النساء فى وجه من الوجوه) ولا يجب أن تتولى المرأة الولاية العامة .
- وضع المرأة فى صدر الإسلام أفضل من الآن مئة مرة .
- الحجـــاب : هو ألا يدخل رجال ، ولا تتحدث نساء النبى صلى الله عليه وسلم إلا من وراء جدار . . (تفسير جديد) .
- المســـاواة التامة بين المرأة والرجل (ومبرر ذلك أنه لا يوجد فى الكتاب والسنة تفرقة فى التعامل بين المرأة والرجل ، والخطاب واحد للنساء والرجال ﴿ وَمَن يَعْمَلْ مِنَ الصَّالِحَاتِ مِن ذَكَرٍ أَوْ أُنثَى ﴾ ، ﴿ الصَّائِمِينَ وَالصَّائِمَاتِ ﴾ وقول الله تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا﴾ يعنى به النساء والرجال (تفسير جديد) .

سادساً : الأطر المرجعية :

١ – فى برنامج «للنساء فقط» :

المرجعيات :

أ – اجتماعـــية تضم أساتذة فى علم الاجتماع وعلم النفس مثل « د .هدى زكريا بدران » رئيس مجلس إدارة رابطة المرأة العربية (مصر) .

- البروفيسور « خديجة راغب » رئيس قسم الطب النفسى – جامعة الأزهر .
- « د .هدى رزق » : أستاذ علم الاجتماع السياسى – الجامعة اللبنانية .
- « نزهة الشقرونى » : وزيرة شئون المرأة فى المغرب .
- « معصومة المبارك » : أستاذ العلاقات الدولية – جامعة الكويت .

ب– ناشطات من المجتمع المدنى

- « د .جيهان المير » : عضو لجنة شئون المرأة فى قطر .
- « نهاد أبو القمصان » : مديرة المركز المصرى لحقوق المرأة .
- « د .أميمة كامل » : باحثة فى قضية «الجندر» .
- « المقدم / فتحية أبو ترابة » ضابط التوجيه الثورى بكلية البنات فى ليبيا .
- « أ . اعتدال المجبرى » : إعلامية ناشطة فى مجال المرأة فى تونس .
- « أ . مكرم عوده »: مديرة برنامج الإرشاد الأسرى باتحاد المرأة الأردنية.
- « د .لينا أبو حبيب » : باحثة ومدربة فى قضايا الجندر ، والمداخلات . (محامية – محلل سياسى) .

جـ – وثائق واتفاقيات دولية :

- تقرير التنمية الإنسانية العربية (٢٠٠٢) .
- اتفاقية «السيداو» مكافحة كل أشكال التمييز ضد المرأة .
- تقرير اللجنة الإسلامية العالمية للمرأة والطفل (القاهرة) .
- وثيقة التنمية المغربية .
- تفسير فى إطار (النيو ماركسية) من حيث إنه يترع نحو ليبرالية أكبر (الاستعانة بهذا الفكر لشرح مفهوم الجندر مثلا) .
- فكرة تمكين المرأة وتفسيرها وترجمتها (Empowerment oF Woman).

د – مؤتمرات :

الاستعانة بتوصيات :

- مؤتمر السكان بالقاهرة ١٩٩٤ .
- مؤتمر بكين ١٩٩٥ .

هـ – كتب تهتم بقضايا المرأة :

- كتاب «بوكانن» ، «موت الغرب» حول رؤية الإسلام لمفهوم الأسرة .
- كتاب « فن ســـرق النسوية » لـــ كريســـتينا سومزر عن مفهوم الحركة النسوية .
- كتاب «الجنس الثانى» لـــ «سيمون ديبوفوار» الفيلسوفة الوجودية .
- وكتاب لـــ (شولاسين فايرستون) حول الجندريات .

و – بعض الشخصيات المشاركة فى المداخلات بالبرنامج :

- « فاليرى ريموند » : أحد أعضاء الوفد الكندى الذى حضر مؤتمر بكين .
- « د .فهمية شرف الدين » : باحثة فى مركز النوع الاجتماعى (بيروت) .
- « نايلة المصرى » : منسقة فى مركز النوع الاجتماعى .
- « بهيةالحريرى » من لبنان .

٢ – الأطر المرجعية فى برنامج «الشريعة والحياة» :

- المصدر الرئيسى : « د .يوسف القرضاوى » .
- وبنسبة محدودة « د .أحمد الكبيسى » .
- المرجعيات الأساسية الدينية :
- الاســـتعانة الدائمة للإحالات الدينية والاستناد إلى نصوص القرآن مع تأويل النص أحياناً مثل قوله تعالى: ﴿ وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَـــنِ الْمُـــنكَرِ ﴾ هكذا يؤكد حقها فى المشاركة السياسية ، ولكن يفسر ذلك بأنه يمكن للمرأة أداء هذا الدور بعد انقطاع الدورة الشهرية (مثلاً) .

كذلك قوله تعالى : ﴿ وَلَيْسَ الذَّكَرُ كَالأُنثَى ﴾ وتفسير ذلك بأن قاعدة الازدواج سنة كونية .

- الاستناد إلى الأحاديث الشريفة للرسول «صلى الله عليه وسلم» .

مثل : « النساء شقائق الرجال » تفسر على أنها « تكامل وليس مساواة » ، وهذا تأويل لنص ـديث الشريف أيضاً .

شخصيات يؤخذ عنها أقوال مرجعية ، مثل :

- الشيخ عبد العزيز بن باز .
- الشيخ على طنطاوى .
- الشيخ الألبانى .
- الشيخ أبوالحسن الندوى .
- الشيخ مناع القطان .
- الشيخ عطية سالم .
- الشيخ المجذوب .
- الشيخ سيد سابق .
- الشيخ أبو الأعلى المودودى .
- ابن القيم .
- الشيخ المراغى .
- ابن حزم .
- ابن تيمية .

إحالات ثقافية :

- كتاب (الإنسان ذلك المجهول) للدكتور (أليكسيس كاريل) لأنه ضد فكرة المساواة بين المرأة والرجل ، ويهاجم الثقافة الغربية .
- كتاب للعقاد : يؤكد فيه أن التسوية المطلقة بين المرأة والرجل «ظلم» .
- الاعتماد على بعض أبيات الشعر مثل أشعار المتنبى ، وأحمد شوقى وعلى سبيل المثال :

دقات قلب المرء قائلة له   إن الحياة دقائق وثوانى

فارفع لنفسك بعد موتك ذكرها   فالذكر للإنسان عمر ثانى

- وأشعار مجهولة المصدر ضد المرأة تقول :

لكل ساقطة فى الحى لاقطة   وكل كاسدة يوماً لها سوق

مقولات لبعض المفكرين الغربيين ، مثل :

- « چوستاف لوبون » .
- « ابن خلدون » (فى مقولته: المغلوب مولع بتقليد الغالب) لمهاجمة الثقافة الغربية وتقليدنا لها باعتبارها الثقافة المتفوقة .

إحالات اجتماعية :

• الاعــتماد على العادات والتقاليد فى الثقافة السائدة مثل : التأكيد على أن المرأة خلقها الله عز وجل من أجل العناية بالبيت والأولاد، وهذه هى الوظيفة الأساسية والطبيعية التى لا تستقيم الحياة بدونها .

أشخاص مشاركون فى المداخلات :

كـــل الشخصـــيات المشاركة ، أشخاص عاديون يطلبون الفتوى أو الاستفسار إزاء مشكلة من وجهـــة نظـــر الدين ، ومعظمهم يذكر اسمه فقط واسم بلده مثل (أبو عماد من الأردن ، أم محمد من السعودية) .

نتائج البحث

• غياب مفهوم الإستراتيجية الإعلاميةالواحدة لقناة الجزيرة (بالنسبة لقضايا المرأة العربية) عبر برنامجيها: (للنســـاء فقـــط) و (الشريعة والحياة) ، مما أدى إلى التشويش وعدم اتساق الرؤية داخل الخطاب الإعلامى للقناة .

• عـــدم وضـــوح المعايير التى تستخدمها القناة فى البرامج (هل لصالح المرأة وتقدمها أم لتكريس حالة التخلف) (مع المساواة فى برنامج وضدها فى الآخر) .

• اعـــتماد مبدأ الإثارة فى برامجها لاستمالة جمهور المشاهدين (جعل الأنوثة مرادف الجهل – ومفهوم الجندر مرادف الشذوذ الجنسى) .

• (وإن كانت تميزت بالجرأة فى طرح ومعالجة الموضوعات المختلفة) .

• انعكـــس تأثير الخطاب السياسى على تناول قضايا المرأة (الرسالة الإعلامية) عبر البرنامجين (للنساء فقط) ، و (الشريعة والحياة) وهذا يؤكد ما تحاول أن تنفيه قناة الجزيرة من أنها أنشئت للتعبير بطريقة أو بأخرى عن وجهة نظر الحكومة القطرية ، ولكن بأسلوب غير مباشر .

• كذلـــك انعكس تأثير الخطاب الدينى على الخطاب الإعلامى حيث إن المصدر الرئيسى فى برنامج (الشريعة والحياة) هو « الشيخ يوسف القرضاوى » ويتحدث بعض العاملين فى مقر القناة بالدوحة عن أن « الشيخ يوسف القرضاوى » الذى منح الجنسية القطرية لديه أسهم فى قناة الجزيرة .

– والغريب أن زوجته السيدة (أسماء) هى مديرة إنتاج برنامج (للنساء فقط) الذى يتناقض معه فى الرؤية والاتجاه من قضايا المرأة .

وهذا يشير إلى أن قناة الجزيرة أعادت المتغير الدينى إلى مقدمة اهتمامات وسائل الإعلام .

- يسعى «برنامج للنساء فقط» إلى تطوير أوضاع المرأة العربية .

بخصوص التساؤل حول : ما الأسباب التى طرحتها الخطابات المدروسة لقضايا المرأة ؟

- تــرجع الأسباب فى برنامج (للنساء فقط) إلى دراسة وضع المرأة وتحسين صورتها وتطويرها فى إطار مجموعة من الأفكار مثل : الجندر ، ومساواة المرأة والرجل ، صورة المرأة المطلقة ، المشاركة السياسية للمرأة ، والعمل العسكرى للمرأة .
- يكـــرس برنامج «الشريعة والحياة» الوضع المتخلف للمرأة حيث يؤكد عدم مساواتها مع الرجل ، وتأكيد أن دورها الرئيسى هو البيت ، وأن مشاركتها السياسية ينبغى أن تكون مشروطة ، وتكتفى بإعطاء صوتها لا الترشيح . .

وأن من حق الرجل وحده الطلاق - ومن حقه أيضاً تعدد الزوجات .

- بالإضافة إلى نوعية القضايا المناقشة من نوع : هل يصح أن ترتدى المرأة البنطلون ؟

وما مدى مساحة الاختلاط بين الرجل والمرأة ؟

- القضايا الفرعية التى طرحتها الحلقات أكدت تباينًا كبيرًا بين البرنامجين من حيث موقفهما واتفاقهما مع المواقف المعلنة للخطاب السياسى الرسمى المعلن ، وكذلك الخطاب الدينى .

- فبيــنما ناقش برنامج «للنساء فقط» فكرة « أن تحرير المرأة مرتبط بتحرير الرجل » (وهذا اتجاه يؤيد ويدعم قضايا المرأة ويطور أوضاعها) .

- نــاقش بــرنامج «الشريعة والحياة» فكرة وجوب العزل بين البنات والبنين فى المرحلة الابتدائية من التعليم .

(هــذا اتجاه يكرس حالة التخلف والنظرة الدونية والتى تعزل الفتاة بل الطفلة لمجرد أنها جســد بلا عقل) .

- شهدت معالجات البرنامجين الإعلامية لقضايا المرأة بعض المواقف المخالفة لدولة قطر المالكة ، وهذا يؤكـــد أن قناة الجزيرة عبارة عن أداة تستخدمها الحكومة القطرية ضمن تحركها السياسى الخليجى والعـــربى والعـــالمى؛ فهى مؤسسة قطرية بإدارة وتمويل وإشراف قطرى لم تنشئها الحكومة القطرية بــلا هــدف سياسى ، أو بحثاً عن إشاعة الحريات ، وهى التى تمنع استخدام الصحون اللاقطة فى الحصـــول على البث التليفزيونى وتحصر ذلك فى نظام الكيبل . ومنها مناقشة برنامج «للنساء فقط» مشاركة المرأة فى العمل السياسى بل والعمل العسكرى .

- بيـــنما أدان بـــرنامج « الشريعة والحياة » قرار أمير الكويت بأحقيـــة المرأة فى الترشيح للمجالس النيابية، وأصدر فتوى بأن الترشيح يساوى تزكية ، وهذا لا يجوز بأى وجه للنساء .
- مساحة الاستقلال السياسى لقناة الجزيرة عن النظام السياسى لدولة قطر تكاد تكون معـــدومة إلا فى هامش ثانوى غير قابل ، مثل مناقشة قضية الطلاق وتأكيد تدنى وضع المرأة ، ولكن فى المقولات الرئيســـية ، وتتفق ورؤية دولة قطر باعتبارها إحدى دول الخليج ، على الرغم من تأكيد مسئوليها على الاستقلال للحفاظ على صورة مثالية لقناة غربية مستقلة حتى إن القناة تصر على تأكيد أن (قناة الجزيرة فى قصر) جغرافيًا .
- بالنسبة لمصادر الحلقات فى برنامج «للنساء فقط» كانت تضم متخصصين فى علم الاجتماع وعلم الـــنفس ، ونشـــطاء فى مجـــال العمل الأهلى والمجتمع المدنى ، وهذا انعكس بدوره على نوع الأداء ومســـارات البرهنة التى تم طرحها فى كل القضايا والاستعانة بهؤلاء لطرح رؤى تقدمية تخدم تقدم المرأة .
- أمـــا مصـــادر الحلقـــات فى بـــرنامج « الشريعة والحياة » ، فترتكز أساساً على « الشيخ يوسف القرضاوى » ومجموعة من المداخلات لأناس عاديين .
- وهذا حول البرنامج كأنه نوع من الفتاوى ، لا لمناقشة تطوير أوضاع المرأة وتقدمها باعتباره برنامجًا حواريًّا .
- تمـــيز نمط الممارسة الإعلامية فى برنامج «للنساء فقط» بالتقنية العالية حيث عمدت إشراك المشاهد العربى فى برامجها الحوارية عبر الهاتف .وكذلك الاستعانة بالمراسلين وتقارير وتصوير خارج الاستديو ، وإن كان القائم بالاتصال أحياناً ما يتبنى بعض الآراء ضد القضية بأسلوب استفزازى ربما لتشجيع المتحدث على معالجة القضية بجرأة أكثر . مثال : «ليلى الشايب » طرحت مفهوم الجندر باعتباره دعوة للمثلية والشذوذ !

- وإن كانت قد كسرت القناة فكرة الرتابة والملل ؛ لأنها تركز على نقل رأى الشارع العربى فى القضايا .

- أما نمط الممارســـة الإعلامية فى برنامج (الشـــريعة والحياة) فقد اعتمد على مصـــدر واحد وهو « الشيخ يوسف القرضاوى » داخل الاستديو مع المذيع « ماهر عبد الله » وكان تدخل المذيع واضحاً ضد الرؤية التقدمية لقضايا المرأة ؛ حيث أكد أكثر من مرة أن وظيفة المرأة هى رعاية الأولاد والبيت ومعظم أسئلته كانت إيحائية من نوع (هل توافق على أن يختلط الأولاد والبنات بحجة التعليم؟!!)

- تمـــيزت طبـــيعة القضايا المطروحة فى برنامج «للنساء فقط» : بأن معظمها يتعلق بالقضايا المعاصرة والملـــحة التى تهم المرأة العربية (المشاركة السياسية ، المساواة ، وضعها فى التنمية ، القوانين الجديدة التى تساعد المرأة فى الحصول على حقوقها) أى إنها قضايا سياسية واقتصادية واجتماعية .
- كمـــا تميزت القضايا المطروحة فى برنامج «الشريعة والحياة» : بأن معظمها يخص جزئية الفتاوى ، وكل الأسئلة كانت يجوز أم لا يجوز؟ يصح أم لا يصح؟ وربما يعود ذلك لأن المصدر كان « الشيخ يوسف القرضاوى » باعتباره مرجعية دينية . ولذا ، فهذه القضايا أخذت اتجاه القضايا الدينية حتى أن فكرة (المرأة والتنمية) ، وكان عنوان إحدى الحلقات يقصد بإدخال المرأة فى التنمية قضية طلاق المرأة القضائى عبر وثيقة المغرب للتنمية .
- أما الأطر المرجعية للخطاب الإعلامى فى برنامج «للنساء فقط» فقد تميزت بالإحالات الثقافية (مثل تقرير التنمية الإنسانية العربية) وبالإحالات الاجتماعية (أساتذة علم اجتماع وعلم نفس) .
- وبالإحالات القانونية (عرض القوانين الجديدة ، ومناقشة المواثيق والاتفاقات ، مثل اتفاق مؤتمر بكين ومعاهدة «السيداو» مناهضة كافة أشكال التمييز ضد المرأة) .

  - وإحالات دينية أيضاً ولكن بشكل محدود .

- أما الأطر المرجعية للخطاب الإعلامى فى برنامج «الشريعة والحياة» فقد كانت إحالاته الرئيسية دينية اعتماداً على نصوص القرآن والحديث مع تأويل النص فى الاثنين .
- وإحـــالات ثقافية محدودة كاستعراض بعض أبيات الشعر ، وتوظيفها لصالح تصور الخطاب الدينى ذاته.
- ومن خلال استعراضنا لهذه النتائج ، يبرز لدينا أن دور وسائل الإعلام بما تتيحه من إمكانات اتصال جماهيرى ، وبما تتميز به من إخراج فنى يتم من خلاله نشر الصراع واجتذاب الجماهير إلى صفوف القوى السياسية المتصارعة ؛ بحيث تصبح وسائل الإعلام ركيزة لإنتاج وإعادة إنتاج الأيديولوجيات المسيطرة .
- وبتحليل هذا الخطاب الإعلامى لقناة الجزيرة تأكد للباحثة : أن وسائل الإعلام لا تقوم بدورمحايد أو مجرد وسيط فى الصراع الفكرى ، بل هى أداة عضوية للجماعات تعكس فى تعبيرها الإعلامى نمطاً ومجالاً محدداً للسيطرة .

ثورة النقد التليفزيونى فى الصحافة المصرية
دراسة فى إشكاليات العرض والتناول

أ .د . أسامة أبو طالب(*)

يمكن القول ، بأنه لم يكن لناقد المسلسلات التليفزيونية المتخصص وجود شرعى حقيقى على خريطة النقد الفنى فى المجلات المصرية فى فنون المسرح، بل وربما العربية كذلك حتى صيف عام ١٩٧٩م حيـــنما صدر العدد الثالث من مجلة "نادى المسرح"(١) عام ١٩٧٩م ، متضمناً دراسة نقدية متخصصة عـــن مسلسل تليفزيونى شـــهير حقق نجاحاً فنيًا وجماهيريًا كبيراً هو "زينب والمستحيل" .. تأليف « ناديـــة رشاد » وإخراج « إنعام محمد على » . المهم والطريف فى هذا الموضوع هو ما سبق نشر تلك الدراسة من مناقشات متخصصة بين هيئة تحرير المجلة – وكلهم من أساتذة الدراما الأكاديميين وكتابها – حـــول « الدرامـــات التليفزيونية » وشرعية انتمائها للنقد الدرامى المتخصص شأنها شأن الأعمال السينمائية التى تأسس لهما علم للنقد المتخصص أســـاسه : « النقد الدرامى » مضافاً إليه ضرورة توافر المعرفة بتقنيات العمل السينمائى وآليات استقباله وظروف تلقيه .. تلك التى افتقر إليها النقد التليفزيونى فى المـــرحلة المشـــــار إليها ؛ حيث لم يكن على ســـاحته سوى كتابات على صفحة ما يسمى فى الصـــحافة إجمــــالاً « بالنقد الفنى » يكتبه فى أحسن حالاته نقاد سينمائيون متميزون .. أو تمارسه – جانبيًا – أقلام غير متخصصة تشى كتاباتها بالانطباعية كنتيجة لافتقاد المعرفة والخبرة مثلما لا تستطيع إخفاء شبهة انعدام الموضوعية ، سواء فى أسلوب العرض أم فى لغة التناول .. الأمر الذى من شأنه أن يؤثر على المتلقى ، مثلما يؤثر على الفنان المبدع كما سوف يتضح فيما بعد .

(*) أستاذ الدراما والنقد ، ورئيس البيت الفنى للمسرح .

(١) وهـــى جمعـــية أهلية تأسست عام ١٩٧٦م وكانت غايتها : النهوض بالمسرح المصرى من عثرته بعد هزيمة يونيه ١٩٦٧م وما أعقبها من شعور عام بالإحباط ، كان لابد وأن يصيب الحركة المسرحية بالطبع . وقد رأست مجلس إدارتهـــا السيدة / سميحة أيوب بعضوية : سمير سرحان وفوزى فهمى وإبراهيم مادة ومحمد عنانى وأسامة أبو طالب وصفوت شعلان ومرسى النويشى وعبد الغفار عودة . وأصدرت منه سجل نادى المسرح – المشار إليه – برياسة : سمير سرحان وفوزى فهمى ، وضمت هيئة تحريرها : أسامة أبو طالب وصفوت شعلان ومرسى النويشى ، وصدر منها سبعة أعداد ، أصبحت مرجعًا مهمًا للباحثين والمؤرخين لمسرح هذه الفترة .

غــير أن ذلك الاعتماد أو الاعتراف الأكاديمى بضرورة إفراد مساحة النقد الدرامى التليفزيونى المتخصص على صفحات مجلة فنية متخصصة فى المسرح ، لم يكن ليمنع "الناقد الفني" العام فى الجرائد والمجلات من ممارسة كتاباته – أو نقده – أيا ما كان مستواه .. مثلما لم يطمح فى منعه من الكتابة و لم يسع إليه؛ حيث كان الهدف أولاً وأخيراً هو ضرورة الاعتراف بمبحث نقدى جديد اسمه : "نقد الدراما التليفزيونية" ودعوة الناقد الجاد المتخصص إلى الانتباه له وممارسته تحقيقاً لهدفين رئيسيين هما :

أولاً : هــدف فني .. وهو التقييم العلمى للأعمال المعروضة ، وإخضاع هذا النوع المتزايد من الإبــداع لقوانين نقدية علمية والإضاءة عليه وفقاً لمعاييرها؛ شأنه شأن المسرح والسينما مع الاعتراف بمشقة هذا العمل ونوعيته الخاصة حيث ينفرد "النص الدرامى التليفزيونى" بعدة صفات مستقلة تجعل منه عملاً صعباً على التناول النقدى فى طوره الأول – كنص مكتوب لم ينفذ بعد !.. ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها :

"تضخمه" الضرورى كحلقات تصل إلى ثلاثين حلقة فى المسلسلات العربية ، كما تتجاوز ثلاثة أضــعاف ذلــك فى بعض الأعمال الغربية الشهيرة ، علاوة على كمية التعديل والتبديل والحذف التى تتعرض لها الحلقات على الورق من قبل المخرج والممثلين – وبالتحديد النجوم والمشاهير– الأمر الذى يحول دون اعتباره "نصاً أدبيًّا دراميًّا تليفزيونيًّا" مثلما يعتبر النص المسرحى نصاً أدبيًّا دراميًّا ، والسيناريو التلــيفزيونى نصــاً أدبيًّا سينمائيًّا يسمح بنشرهما والاطلاع عليهما كوثائق معتمدة للتعليم والدراسة والاستمتاع المتخصص ، حتى بعد عرض الفيلم أو المسرحية كذلك !

ثانيًا : هدف قومي .. ويتمثل فى العمل على تطوير الذوق الفنى العام بين جماهير المشاهدين لهذه الأعمال . الأمر الذى لابد وأن ينعكس – بالتراكم الكمى – على خياراتهم وانتقاءاتهم لأى أعمال فنية يشاهدونها؛ مما يدفع بعجلة الإنتاج دفعاً راقيًّا متصاعداً يؤثر على جملة الأعمال الفنية تأثيراً إيجابيًّا يكن من شأنه تدقيق المنتج فى عملية اختيار العمل "كنص" قبل البدء فيه . مثلما يجعل الفنان – ممثلاً كان أو مخرجاً أم مصمماً للمناظر والملابس أو موسيقيًّا – محاذراً من الهبوط أمام جمهور حساس متمتع بالوعى وبالذائقة الفنية الرفيعة . وبالتالى يتحقق تنقية الساحة الفنية التليفزيونية – والفنية عامةً – من الأعمال الهابطة والرخيصة . مثلما يتم الاعتراف بالعمل الدرامى التليفزيونية كعنصر تربوى مؤثر ، وليس النظر إليه باعتباره "ارتكاساً" فى الذوق وانتكاساً فى القيمة وعاملاً مضاداً للتربية العلمية والأخلاقية المستنيرة .

لكن هناك عدة صعوبات ومشاكل أمام تحقيق هذين الهدفين ، لابد وأن نعترف بها ، وهى :

أولاً : صعوبة المتابعة اليومية المحددة الوقت لمشاهدة الحلقات على كثير من النقاد المتخصصين ..

ثانــيًا : صعوبة جهد التناول النقدى لكل حلقة من الحلقات على حدة ، والكتابة المنشورة عنها إلا فى حالة تفرغ كامل من الناقد ، وإفراد مساحة يومية لمتابعته على صفحات الجريدة التى يكتب فيها! مــع إحداث حالة متابعة فورية من القارىء لنقد الحلقة ، وهو ما نظنه ليس سهلاً على التحقيق وإن كان غير مستحيل التنفيذ .

ثالــثًا : تــرفع الــناقد المسرحى والسينمائى المتعلم المتخصص المتميز عن ممارسة هذا الدور ، واســتعلائه على التعامل المنتظم معه ، ربما لعدم تحقق الجودة الفنية المطلوبة فى غالبية الإنتاج الدرامى التليفزيونى . وأيضًا بسبب ذلك الزَّخْم المنتشر من أقلام صحفية تنقصها الخبرة الكافية فى كلا المجالين : مجال الدراما ، ومجال المعرفة بالفن التليفزيونى وتقنياته وأدواته . علاوة على توافر كم كبير من « عدم الجــودة » فى كثير من المسلسلات التليفزيونية نتيجة لإغراق السوق بمؤلفين غير أكفاء ، وفتح بوابة الإنــتاج أمــام منتجين لا ينقصهم الجهل ، وإن تمتعوا بالقراء والقدرة على الإنفاق بما يعنيه ذلك من تدخــل متعســف فى العمل الفنى بدءًا من اختيار نص غير مناسب أو تافه . . إلى النجاح فى ترويجه وفرضه على المشاهد ، وبما يحمله ذلك من أضرار ومخاطر تعليمية وتربوية ووطنية أيضًا ، ربما تنحصر فى ما يسمى بأسلوب « المنتج المنفذ » ومثالبه وسلبياته .

وعلى الرغم من ذلك ؛ فإن جميع تلك الصعوبات لم تقف حائلاً دون مراودة قلم الناقد الدرامى المتخصص – رفيع المســتوى كذلك – وإغوائه بالكتابة عن المسلسلات بل والدفاع عنهــا باعتبارها « جنســًا فنيًا GENDER » خاصًا ومهــمًا ومكتسحًا بتأثيره فى عصرنا هــذا . فنرى الدكتــور « عــبد القــادر القط » يضطلع بهذه المهمة – وهو الناقد الدرامى والأدبى الأكاديمى – فيكسر دائرة الــترفع والاســتعلاء ، ويبدأ فى الكتابة عن مسلسلات شهيرة [1] يتابعها يوميًا ويضىء عليها بالنقد المتخصــص المبسط – رغم تعمد وجود « المصطلح الفنى النقدى » كى يحدث به تثقيفًا دراميًا ونقديًا عامًا – فى جريدة الأهرام القاهرية المقروءة بانتشار واسع ، كى تبدأ سلسلة من الكتابات النقدية العارفة والجــادة فى الانطلاق نحو ممارسة هذا الهدف ، بعد أن تحول المسلسل الدرامى التليفزيونى إلى حقيقة

(١) مثل أعمال الكاتب أسامة أنور عكاشة المعروفة .

إعلامـــية مؤثرة ، سواء كانت بأقلام أكاديمية[1] متخصصة أم لنقاد صحفيين تمثلت فى كتاباتهم جدية التناول وموضوعية العرض ، وتعتبر تجربة التقييم التليفزيونى التى قام بها الناقدان « محمد صالح وعصام بصـــيلة » فى كـــتاب منشور هى أهم محاولات دفع نقد المسلسل التليفزيونى لأن يكون عملاً تقييميًا مرصودًا ومسجلاً – بالطباعة – علاوة على أهميته التوثيقية كذلك .

لكـــن تساؤلات مهمة تظل فارضة نفسها بإلحاح شديد ، حول حالة نقد الدراما التليفزيونية ، ووضـــعيتها المتحققة فى الصحافة المصرية والعربية ، وتطرح ما يلى طالبة الإجابة عنه ، ومعالجة ما هو واضح مكشوف عنه من قصور :

أولاً : هـــل تحقق اعتبار النقد التليفزيونى نقداً متخصصاً – كعلم – شأنه شأن النقد المسرحى والســـينمائي . . بإفراد الصحف والمجلات مساحاتها النقدية لمتخصصين ذوى علم وخبرة وهموم وطنية حقيقية ؟

ثانيًا : هل نجحت هذه الكتابات حقيقة فى التأثير على القارىء / المشاهد ، وفى تعديل وتطوير ذوقه نحو الأرقى ؟.. أم ســـاهمت فى جملتها فى تجميده على "وضع جمـــالى" غير مرضٍ .. وربما دفع هذا الذوق دفعاً سلبيًا يؤخره ويعطل هدف الارتقاء المنشود له بطرح موضـــوعات متخلفة، ومعالجتها بأساليب أكثر تخلفاً ؟

ثالـــثاً : هـــل تمـــثل جملة الساعات الدرامية المنتجة للتليفزيون طرحاً أميناً لهموم المشاهدين من جمهورها العربى ، سواء كانت سياسية أم اجتماعية أم أخلاقية أم دينية ؟ .. وإلى أى مدى نجحت فى التعـــبير عـــن تلك الهموم والإجابة عن تساؤلاتها الضرورية المتجددة مع تقدم العصر واختلاف معايير القيمة ، وتعرض المبادئ الأساسية – فى التقاليد والتربية وعلاقات المجتمع – لمخاطر التحريف أو التبديل أو الإحلال والاستغناء ؟

رابعاً : هل تم الانتباه إلى وضع خطة محددة ، وبرامج إستراتيجية مدروسة لحماية المشاهد العربى مـــن مخاطر التسليم بمفاهيم وأهداف جديدة مكتسحة – مثل : الأمركة والتغريب والعولمة – من قبل مؤسساتنا التعليمية وهيئات التنمية البشرية والثقافية العربية مثل الجامعة العربية (منظمة الثقافة والعلوم ،

---

(١) مـــثل كتابات الدكتورة « عزة هيكل » أستاذ الأدب الإنجليزى بجريدة الوفد . . أو بعض كتابات متفرقة لأساتذة آخرين مثل رفيق الصبان وحسن شاه .

والمـــنظمة الإسلامية للثقافة والعلوم) والجامعات نفسها حكومية وأهلية . . وقبل كل ذلك وزارات الثقافة والإعلام ؟ . . وما مدى انعكاس ذلك على صفحة الدراما التليفزيونية وتأثيره فيها ؟

خامساً : ما مدى مساهمة المؤسسات البحثية الإعلامية والتربوية والاجتماعية - حكومية وأهلية - فى إعداد الدراسات المتخصصة نظريًّا وميدانيًّا فى حقول "التلقى واتجاهات الذوق العام وتفضيلات الجمهـــور" . . ومقدار الاعتمادات المخصصة لها . . ثم رصد آثارها وقياس معدلات التغير والتحول والاستبدال لدى قطاع المتلقين بشرائحهم المتنوعة .

سادساً : ما الذى يمكن فعله أمام غيبة دراسات تقنيات العرض وجماليات الإخراج فى المسلسل التليفزيونى عن ساحة الكتابات النقدية فى الصحافة بشكل عام ، حيث يكتفى بمجرد المس الانطباعى السريع لهذه الجوانب المتخصصة ، ومع ضرورة الاعتراف بوجود بعض الاستثناءات المتميزة فى دوريات شهرية جادة[1] .

ســـابعاً : أية استجابة يمكن للمجلات الفنية وأبواب الصحف المخصصة لموضوعاته أن تتقدم به لمعالجـــة مثل هذا القصور : خاصةً وهى تدرك تمام الإدراك ما يغلب على توجهاتها وتغطياتها من طابع إخبارى ، يهدف إلى مجرد الإثارة موضوعاً وعرضاً . . وهل يمكن لكل منها أن تعاود خطتها وأسلوبه التحريرى ، فتقدم نقداً تليفزيونيًّا حقيقيًّا يقوم به ناقد متخصص يتم تكليفه لهذا الغرض ، كما يصبح رأيـــه هاديًا لقراء المجلة ومساعداً لهم فى تكوين رأى نقدى ، علاوة على إسهامه فى تربية ذوق جمالى وحس نقدى متميز ؟

ثامناً : دراسة ما الذى يمكن أن نقوم به "البرامج التليفزيونية النقدية" - بعد تطويرها بالاستعانة بالـــنقاد المتخصصين - فى بث الوعى النقدى المنشود بين المشاهدين ، والاستماع الجاد إلى آرائهم في كل عمل - أثناء العرض وبعد نهاية الحلقات - بدلاً من هذا الزَّخْم من الإحاطات والمقابلات والبرامج مع النجوم وحولهم ، والذى يحاصرهم فى الغالب بأسئلة فارغة حول "المفارقات والمقابلات والطرائف التى صاحبت التدريبات والتصوير" .

---

(١) مـــثل : « مجلـــة المحيط » التى اهتمت بعدة متابعات نقدية لدراما التليفزيونية بشكل تفصيلى ، سمحت به المساحة الكبيرة فى مقدمتها كتابات « سوسن الدويك » .

وأخيراً يتمثل حل "مساعد" أمام أعيننا ، وهو : إنشاء أقسام للمتابعة والدراسات وبحوث التلقى - ميدانـــيًّا وأكاديميًّا - يمكن لها أن تستقصى الاستجابات وتســـاعد على تطوير الذوق العـــام ونموه إيجابـــيًّا . وبالطـــبع تفعيل ما هو موجود من هذه الأقسام؛ وأخذ أبحاثها ومقترحاها بجدية تمكن من دراســـتها وعـــرض نـــتائجها على المسئولين ، عن كل عمل فنى إلى جانب العرض على لجان اختيار النصوص ورقابتها . علاوة على الاستفادة بها عند وضع الخطة لإنتاج جديد . . كما أن هناك ضرورة ملحة للاستفادة من الأبحاث الأكاديمية المتخصصة بكليات الإعلام وأقسام الصحافة ، ودراسات الرأى العام والنقد الفنى ، وهى المشكلة التى تعانى منها مجتمعاتنا العربية ، و لم تصل إلى حل ناجح بعد ، لربط الأبحاث والدراسات المعملية - سواء فى العلوم الإنسانية أم العلمية - بالواقع الحياتى العملي ، وجعلها فى خدمـــته ، على الرغم من أهمية ذلك فى الكشـــف عن متطلبات احتياج المواطنين وتقـــديم الحلول العملية ، قليلة التكلفة لها !

النقد التليفزيونى فى الصحافة العربية

ماجدة موريس(*)

يعمــل المرء فى صمت وفى فراغ ، ما لم يكن هنـــاك متذوق لما يقـــدمه ، مشجع أو مؤيد أو معترض أو رافض لهذا العمل ، فإذا استطاع هذا التشجيع أو الرفض أو حتى الرصد أن يصبح معروفا أو متاحا للآخرين ومؤثرا عليهم ، أو محرضا لهم على الاقتراب من هذا العمل ، أو رؤيته افضل أو تفسير غـــير المفسر منه ، أو وضعه فى إطاره الأرحب والأعمق ، حينئذ تصبح دائرة التلقى كاملة ، وتتبلور العملية إلى نوع من التقييم الذى يجلوها ، فإما أن يرفعها إلى درجة الإبداع ، ويعمد صناعها كمبدعين أو يؤكد عجزها عن الإبداع أو الارتفاع إلى آفاقه.

ظلــت العلاقة الجدلية بين المبدع والناقد تسير وفق المفهوم السائد طيلة القرن الماضى فيما يتعلق بفنون المسرح والسينما والرسم والموسيقى .. لكن الامر اختلف بالنسبة للتليفزيون ، فقد كان توصيف التليفزيون موضع حيرة للكثيرين ، هل هو فن من الفنون مثل تلك التى ذكرناها ؟ أم مجرد شاشة عرض لأعمال لا تنتمى إليه ؟ أم أنه وسيط يقوم بالعمليتين معا ؟ أى ينتج أعمـــاله ويقدم إبداعاته مع عرض ما يبدعه الأخرون ، كالسينمائيين والمسرحيين.

ظل الجدل لفترة طويلة حول هوية التليفزيون إلى أن وصل المهتمون به فى الصحافة الى حل عملى وهو : أنه كجهاز يقبل كل التعاملات ، وبذلك ارتضى نقاد التلفزيون أن ينظروا إليه من زوايا عديدة هى الزاوية التى تخص أى واحد منهم ، يجلس أمام الشاشـــة الصغيرة ليتتبعها دون تحديد المزايا غالبا ، فى فـــترة راحـــة أو فراغ بالنسبة إليه، أو جلسة شاى عائلية تدور الأنظار خلالها حول ما يصدر من الشاشة ؛ خاصة إذا كان مسلسلا دراميا جذابا.

(*) ناقدة صحفية .

التليفزيون .. إشكالية الوسيلة

بـــدأ التليفزيون فى مصر إرساله عام ١٩٦٠ بحدث رسمى هو : نقل إحدى خطب الرئيس جمال عبد الناصر ، وقد تم هذا فى إطار احتشاد جماهيرى كبير فى مصر وفى سوريا ، أيام دولة الوحدة ، ومن هنا ، ارتبط هذا الجهاز فى بدايته بالجانب الرسمى ، وأيضا السياسى باعتباره جهاز الدولة للإعلام أولا ، وهـــو فى هذه البداية يختلف عن بدايات السينما والمسرح فى مصر التى بدأتها جهود أهلية فردية ، ومن هنا ، تعامل الكثيرون مع التليفزيون باعتباره جهاز الأخبار والنشرات والمواد السياسية ، وكذلك محو الأمية فى مرحلتها الأولى ، فقد كان أقرب لجهاز خدمات عامة للمواطنين قدمته الدولة بمفهوم بعيد عن أى ربـــح أو مقـــابل ، إلا فى المرحلة الأولى جدا الذى سمى ضريبة اقتناء تليفزيون ، والتى ما لبثت أن ألغيت بعد فترة وجيزة جدا ، بعد سرعة تداوله واقتنائه بالملايين لدى الناس . ومن ثم ، أصبح بالإمكان رصد كل بيت اشترى جهازًا وجهازين (وأين هو جهاز التحصيل الذى يقوم بهذه المهمة) ، ثم ما تأكد لدى القائمين على الدولة مع تغلغل الفكر الشتراكى أن التليفزيون لا يجب أن يكون على غرار الفكر الرأسمالى أن كل شيء فيه مدفوع الأجر، بل هو جهاز خدمات عليه مسئولية نشر كثير فى ظل التحول الاشتراكى فى ذلك الوقت .

لذلـــك ، فعـــندما بدأت قدرات العاملين فيه تتبلور فى اتجاهات جديدة مثل الأفلام التسجيلية وبواكير الدراما المصورة بالفيديو وكذلك برامج المنوعات وهى قدرات إما تبلورت فى مصر على أيدى خبراء أجانب أو فى الخارج ، من خلال البعثات التى أخذ يرسلها المسئولون عنه ، فإن هذا الجهاز خلع عـــنه نهائيا فكرة أى ربح ، لكن على الرغم من كل ذلك فإن الجديد ؛ أى الجانب الفنى الإبداعى لم يتغلب على الجانب الإعلامى الخدمى أو الجانب السياسى .

كانت المشكلة بالنسبة لمن يريد أن يكتب عن التليفزيون هى .. أى مجال للكتابة، فأمام صندوق الدنيا الجديد من الصعب أن تختار بحياد كامل ؛ لأنك كمشاهد وناقد ترى كل شيء بداية من نشرة الأخبار، ونافذة على العالم الى مباريات الكرة ، وحوارات المسئولين وبرامج المنوعات والفوازير ، ولأن نظريات النقد التى وضعها « أرسطو » لم تصل إلى توقع ميلاد شاشة تطرح كل شيء فى الحياة ، سواء عـــن مسجل أم عن طريق البث المباشر ، فإن القضية لم تعد هى : أى المواد التليفزيونية أجدر بالنقد؟ وإنما أية مادة أو برنامج يستفز الناقد للكتابة عنه ، وهى ما يعنى تبادل المواقع فى العلمية النقدية ، فإذا كان الناقد السينمائى أو المسرحى يختار ما يريد الكتابة عنه ويذهب إليه متأهبا ، فإن الناقد التليفزيونى

غـــير مطالب بهذا كله ، ففي أى وقت يتاح لـــه ما بين أوقات حياته ، يمكنه أن يرى مادة تليفزيونية ويكتب عنها ، حتى لو كان شكل المذيعة أو أسلوب نطقها أو فقرات الربط .

الوسيلة .. والمنهج

خلق التليفزيون - كجهاز بث شامل لكل أنواع البرامج والأعمال - جيشًا من المتابعين لـــه ، والذيـــن يتميزون عن جمهوره العريض بامتلاكهم مساحات للكتابة فى الصحف والمطبوعات بمختلف تـــياراتها وانتماءاتها ، كانت العملية مغرية لمن أراد الكتابة عن التليفزيون ، فليس هناك مانع مهنى أو معـــيارى بالإضافة إلى وجود رصيد متزايد من الكتابات لغير المتخصصين عن هذا الجهاز ، بالإضافة طبعا إلى أنه كوعاء يقدم كل شيء ، وتتزايد ساعات إرســـاله وتتعدد قنواته أرضيا قبل أن نصـــل إلى البث الفضائى ، أصبح معرضًا لأخطاء عديدة فى البرمجة والأداء أو اختلال المواعيد وبالتالى فتح شهية كـــل مـــن لديه الإمكانية للكتابة عنه لفعل هذا ، وهو ما يمكن أن نطلق عليه مبدأ (تعميم النقد أو عموميته) ، لكننا من جهة أخرى لا يمكننا إطلاق الصفة المهنية نفسها على من يقوم بهذا النقد ، مثلما يحدث مع نقاد السينما والمسرح والموســـيقى والفن التشكيلى مثلا ، فلا يمكن لمن يكتب عن إلقـــاء قارئ النشرة ، أو لون شـــعر المذيعة أن يُطلَق عليه ناقـــد تليفزيونى ، ومع ذلك فإن أغلب الكتابات عن التليفزيون تنتمى لهـــذه النوعية من النقد ، أى الانطباعات الشخصية عن هـــذا البرنامج أو هـــذا المقـــدم .. إلخ .

مـــن المؤكد ، أن التليفزيون - كجهاز بث شامل - يحتاج إلى من يصوب ويقيم ما يقدم على شاشته ولكنه - كجهاز إعلامى وفنى مهم - واجه موقفا عجيبا من هيئات المجتمع ومنظماته ، هو : عـــدم الاعتراف به فى البداية وباستحقاقه للدراسة والبحث ، حتى إنه لم يحظ برعاية علمية وأكاديمية منظمة للتعامل مع ما يقدمه ومعه كوسيط جديد ، إلا عند إنشاء كلية الإعلام وتخصيص قسم للإذاعة والتلـــيفزيون بها عام ١٩٧٠ ، ثم توالى إنشاء أقسام لدراسة الأعلام فى جامعات أخرى بمصر ، إلا أن مـــنهجا خاصًـــا بالنقد التليفزيونى لا يزال غائبا مع أهميته الشديدة ، كذلك ينطبق هذا على أكاديمية الفـــنون بالهـــرم ، ومعهـــد السينما فيها الذى يفتقد قسمًا للنقد الفنى التابع للأكاديمية نفسها ، يقدم دراســـات عليا لطلبة وطالبات متخرجين من كليات أخرى ، يتم قبولهم بعد امتحانات مسبقة تحدد مدى ميولهم وثقافتهم فى هذا الاتجاه ، وهو يقدم دراسة تنمى حاسة التذوق لديهم فى مجالات الفنون ، كلها لكنه ليس معنيًا بالتليفزيون .

إشكالية الفن والقالب

يـــرفض الكثيرون من المثقفين والنقاد نعت التلفزيون بأنه : جهاز لإنتاج الفن ، ويقولون : إنه جهـــاز لعـــرض الفن فقط، وهم يقصدون بهذه المسلسلات الدرامية والتمثيليات ، مؤكدين أن تلك الأعمـــال هى نوع من الدراما الموجهة والمهذبة رقابيا بفعل محظورات عديدة تمس كل ما يتعلق بأمن الأســرة، باعتـــبار أن دراما التلفزيون هى – أساسًا – دراما العائلة ، أو الدراما الموجهة لكافة أفراد الأســرة والتى لا ينبغى لها أن تطرح موضوعات حرجة أو حساسة ، أو لا يصح عرضها على البعض مثل السينما.. وقد أفلحت هذه الآراء بالفعل فى صرف عديد من النقاد الجادين عن متابعة مسلسلات التليفزيون وسهراته الدرامية ، لأنها قللت من قيمتها ابتداءً، على الرغم من أن العقد الماضى شهد عددًا لا يســتهان بـــه من مسلسلات الدراما التلفزيونية ، التى فاقت فى إبداعها كثيرًا من أفلام السينما التى أنتجت فى الوقت نفسه.

ومـــن ناحية أخرى فإن إشكالية الفورم أو القالب ، أصبحت هى المانع الأول أمام المسلسلات التليفزيونية للكتابة عنها نقديا ، وحيث يستعصى – على النقاد القادرين على إقامة نقد حقيقى بناء – الانـــتظار يوميا لمدة شهر او أكثر لمتابعة أحداث المسلسل، وهو أمر مكلف بالفعل فى زمن تتزايد فيه صعوبات الحياة ، ولا يستطيع الناقد فيه أن يقتطع من وقته كل هذه الساعات للمتابعة المدققة ، خاصة وأنـــه مهما كانت جدية العمل وقيمته فدائمًا يحتوى على جزء متزايد فى شكل تكرار مشاهد ومعان وإطالة من أجل الوصول إلى الحد الأقصى من الحلقات بحثا عن الربح الذى تلجأ إليه الشركات المنتجة لهذه المسلسلات ، حيث إن هناك علاقة طردية نشأت مبكرا بين تكلفة هذه المسلسلات وعدد حلقاتها. فكـــلما قل عدد الحلقات ، ضاعت فرصة المنتج فى الربح لظروف التسويق فى الرقعة العربية الضيقة ، وهنا يصبح على الناقد الجاد ان يختار بين برمجة حياته لمدة طويلة وفقا لطبيعة هذا النوع من المسلسلات أو الاستغناء عن مشاهدتها ، أما الناقد غير الجاد ، فمن الممكن أن يكتب عن العمل عبر مجسات لبضع حلقات متفرقة منه ، وهو ما لا يحدث بالطبع فى نقـــد الفيلم السينمائى او المسرحية ، فالقالب الذى لا يتجاوز الساعتين أو الثلاثة ، لا يحتاج الى أية معاناة .

الصحافة العربية والنقد التلفزيونى

لا يختلف الأمر كثيرا فى الصحافة العربية عن المصرية ، وعلى سبيل المثال فإن صحيفتى (الحياة) اللبنانية و(الشرق الأوسط) السعودية ، واللتين تعتبران منتشرتين عربيا، ولكل منهما ملحق خاص بالفن صباح كل جمعة ، بالإضافة إلى ما يكتب يوميا، فان ما يكتب يتم التعامل فيه مع التليفزيون من خلال

نجـــوم ونجمـــات التمثيل غالبا وأحيانا المؤلفين والمخرجين ، وبعد انتشار « فن الكليب » أصبح نجوم الفيديو كليب هم أصحاب الموضوعات الأكثر عددا ، وبينما تخصص الشرق الأوسط نسبة من ملحقها لتقديم عرض للمسلسلات التليفزيونية وسرد قصصها أو الحوار مع صناعها، فإن هذه النسبة فى الحياة تستحوذ عليها بعض الآراء النقدية التى يغلب عليها الجانب الفكرى والتنظير ، وتتفق كلتاهما فى عدم نشـــر نقـــد جاد للمسلسلات على غرار نقد الأفلام ، بالإضافة إلى اتفاقهما على الكتابة عن القضايا اللافـــتة الآن فى ســـاحة التليفزيون ، مثل : الفضائيات العربية ونجومها وقضايا العولمة وتأثير البرامج المستوردة على المشاهد العربى .. إلخ.

الفضائيات العربية والنقد التليفزيونى

خلقت الفضائيات العربية ساحة جديدة للنقد التليفزيونى لم تكن متاحة قبل عصر البث الفضائى، واستطاعت هذه الفضائيات جذب المشاهد بقدرتها على توسيع مجالات عملها ، والتخصص فى بعض هذه المجالات . وعلى سبيل المثال : فقد فتحت الفضائيات آفاقًا واسعة للبرامج الإخبارية والسياسية ، فأصبحت هذه البرامج من خلال منهج جديد اكثر جاذبية ومقدرة على مخاطبة عقل المشاهد ، وبالتالى أصبح وجود قنوات إخبارية متخصصة أمرًا مقبولاً بينما كان غير متوقع فى الماضى ، وبالطبع ، وصل التخصص إلى نوعيات أخرى من المواد مثل الأغانى حتى صارت قنوات الفيديو كليب هى الأكثر عددا بـــين القنوات الخاصة التى تنطلق بسرعة عبر شركات واحتكارات لنجوم الغناء فى العالم العربى ، وقد اســـتطاعت أيضا أن تخترق الخطوط الحمراء للمجتمعات العربية المحافظة فيما يتعلق بالمقبول فى الشكل والمضمون ، أيضا فإن برامج المسابقات التى تعد المشاهد بالفوز بمبالغ مالية كبيرة أو تلك التى تنتمى إلى (بـــرامج الواقـــع) والـــتى أخذت عن أصول برامج أوروبية ، كلها أضافت الى النقد مساحات اوسع ومفـــردات جديـــدة ، أصبح لابد من التعامل معها بموجب منظومة الانفتاح والعولمة التى اصبح البث الفضائى والمباشر والرقمى ضمن تجلياتها .

من هنا ، حظيت الفضائيات بجمهور ضخم لا يعترف بالحدود السابقة المتعارف عليها أيام البث المحـــلى ، وأصبح على الناقد ان يتعامل معها ومع كل متغير جديد باهتمام شديد ، وإذا كانت المقولة القديمـــة المعروفة بأن (الناقد هو ضمير عصره) لا زالت صالحة فإن الإشكالية الإن هى فى اتاحة فرص أوســـع أمام هذا الضمير فى وسائل الإعلام المقروءة والمرئية ، واعتبار أن العملية النقدية جزء مهم من العملية الإبداعية والبنائية للعمل الإعلامى الذى يحمل فى ثناياه أهدافا متعددة ، مثل نشر الوعى الصحى

والـــثقاف وتنوير المشاهد ووضعه على طريق العلم والمعرفة ، والتعامل مع منجزات العصر ، وكذلك تنمـــية وعيه بالقضايا الأكثر إلحاحا مثل الديموقراطية وحقوق الانسان ، والوحدة الوطنية . إن الناقد الجاد ليس مطرب السامر الذى يجب أن يطرب الحى جميعه ، ولكنه صوت العقل والموضوعية والنزاهة الذى يتوارى كثيرا ؛ لأنه لا يجد مساحات كافية للنشر ، أو يجد نفسه غريبا وسط موجات من الكلام العمومى الشخصى والانطباعى الذى يقدم للقارئ على أنه نقد .

تجربة راديو وتليفزيون العرب

صالح عبد الله كامل

بسم الله الرحمن الرحيم

والحمد لله رب العالمين

والصلاة والسلام على نبينا الأمين .. أما بعد .

أصحاب المعالى والسعادة .. السيدات والسادة ..

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ..

أتقدم بداية ، بالشكر والتقدير إلى معالى أخى الأستاذ / صفوت الشريف : الراعى الحقيقى لهذه المنظومة الإعلامية الرائدة ، فى ظل الدعم والمساندة التى يحظى بها من مقام فخامة الرئيس محمد حسنى مبارك ... حفظه الله ورعاه . وفى ظل المتابعة الدائمة من رجال الإعلام المصرى فى كافة قطاعاته ، وكم يسعدنى أن أكون اليوم واحدًا من هذا اللفيف الطيب الذى ينشد بصدق إعلامًا عربيًّا نقيًّا يسهم فى الارتقاء بالفكر العربى .. ويزيد من ترابط الشعوب فى وقت نحن أحوج ما نكون فيه إلى التوحد والانصهار فى بوتقة التكاتف والتآلف ..

أيها الأعزاء ..

فى ظل الانفجار السكانى الهائل فى عالمنا العربى .. وفى ظل الأزمات الاقتصادية التى تضرب بأسواق العالم شرقا وغربا .. فإن الحكومات اتجهت إلى الاهتمام بوضع السياسات العامة لكافة مناحى الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، مع العمل على توفير الاحتياجات الأساسية والضرورية لمواطنيها ، متخلية فى الوقت نفسه عن هيمنة الدولة على النشاط الاقتصادى والثقافى ،خاصة فى المجالات ذات التكاليف العالية التى ترهق ميزانيتها وفى مقدمتها الإعلام والرياضة ؛ فكان لا بد لها أن تتيح الفرصة للقطاع الخاص للاستثمار فى هذه المجالات ، وتحمل عبء توفير مستلزمات تطويره من معدات وأجهزة تعيين المبدعين والفنيين على الإبداع ، وتقديم العرض المبهر أو المقبول لدى جمهور مشاهدى اليوم ، وامتلاك حقوق الأحداث والمناسبات الضخمة خاصة الرياضية منها والتى تعجز الحكومات فى إمكانة توفيرها .

ومــن هــنا ، بدأتُ - كمستثمر عربى وكمواطن عربى أولاً وأخيرًا - فى التفكير للاستثمار فى المجــال الإعلامى وتسخير إمكاناتنا للمساهمة فى نمو الإعلام العربى فى ظل الظروف التى تحيط بالإعلام والإعلامــيين .. مقارنــة بظروف أفضل تحيط بالإعلام الغربى الذى أخذ - بدافع من الزهو - يمارس تأثيره المغرور على عقول شبابنا .. خاصة مع عودة أفواج كثيرة من الخريجين إلى أرض الوطن .. بعد ما تعرضــوا لشــحنات مليئة بالإبهار والتطوير ، رغم خواء المضمون وفراغ المحتوى ، وقد بدأت تجربتنا المتواضعة فى العام ١٩٦٩م ، عندما أنشأنا الشركة العربية للإنتاج الإعلامى فى مدينة الرياض .. والتى قامت بإنتاج المئات من المسلسلات الهادفة ، والتى خضعت جميعها لمواصفات مليئة بالقيم ومعايير ثابتة للأخلاق ، والتى ترسخ العادات الأصيلة ، وتنمى التقاليد المحافظة على الموروث بروح تتسق مع العصر الذى أنتجت فيه . ثم ، وبالاشتراك مع عدد من المستثمرين قمنا بتأسيس قناة MBC الفضائية .

ثم كانت انطلاقتنا الثالثة فى مجال الاستثمار العربى فى المجال الإعلامى .. حيث انطلقت القنوات المتخصصة لشبكة راديو وتليفزيون العرب .. فى عام ١٩٩٣ بقناة المنوعات ثم الرياضية .. ثم الأفلام ثم الأطفــال .. وتفرعت الأصول إلى فروع لتمنح مساحات أكبر للمشاهدة والإبداع .. وهو ما تطلب الكــثير مــن الجهد ، والكثير من الإنفاق ، فى محاولة جادة للحفاظ على السلوك القويم والخلق الرفيع بشــكل أكثر تخصصاً ، وبمفردات تليق بمشاهدى هذا القرن الذى أضحى فيه الإعلام " خاصة المرئى" لغة التخاطب والتحاور والبحث عن الحلول وتحليل المشكلات ..

ولكن السؤال الذى يطرح نفسه اليوم .. وبعد كل هذا الجهد وكل ذلك الإنفاق .. وهو: " هل حقــق قطــاع الإعلام الخاص كل أهدافه المعلنة .. أو أيا منها .. وهل هو سائر على الطريق الفعلى والصحيح لتحقيق ذلك ؟!

ما يمكننى الإجابة عنه مبدئيا أنه : حقق الإبهار .. وعلى الرغم من الكلفة الباهظة للحصول على عناصر الإبهار التليفزيونى .. يظل الجزء الآخر من السؤال..

وماذا غير الإبهار!!؟ أو ماذا بعد الإبهار !!

وهل تم الاسهام الفعلى فى زرع سلوك مثالى يقطف المشاهد ثمره .. هل أحسن القطاع الخاص أم أساء ؟ ولأننى أحد المعنيين بالإجابة عن هذا السؤال ، أو ربما أحد المتهمين المطالبين بالجواب..

فسأبدأ الإجابة .. مستصحبا ما كان يقوم به الإعلام الحكومى البحت الذى كان مجللا بكساء رقابى مهيب ، يفرض بوقار المادة التى تدخل بيوت المشاهدين .. وهو يدرك أن الأسرة لم يكن لديها ما تجــتمع عليه للتسلية إلا ذلك الجهاز المرئى .. والذى كان على الرغم من ضخامته وصلابته أمينا .. ولطيفا مراعيا لقيم وتقاليد الأسرة .

وهكذا وللأسف الشديد .. ما نشاهده اليوم فى المحطات الفضائية اقترن بالإبهار شكلا ، وغاب المضمون فعلا ؛ فكانت هذه المفارقات المضحكة المبكية فى ظل انعدام الرقابة ، فانفلت الأمر فى منطقتنا العربية والتى هى أرض الديانات ومهد الحضارات التى اعتمدت على الأخلاق قبل الرسالات ، وعلها مناسبة طيبة فى ساحة هذا الصرح الإعلامى الرائد ، ومع تواجد هذه النخب القيادية والرموز الإعلامية العربية ، أناشد فيها الناقلين بوضع شروط وطرح معايير على المحطات الصاعدة من أقمارهم إلى عيون الـــناظرين ، تراعى الثوابت الأخلاقية وتحمى السلوك العام وتصون للإعلام أهدافه ورؤاه، بعدما باتت مشـــاهد الجنس شبه الكاملة تعرض عبر محطات أجنبية بغطاء عربى وعلى أثير قمر عربى .. فى الوقت الذى كان شعارنا جميعا حين انطلقنا هو : منافسة المحطات الأجنبية ، وشد أبنائنا وبناتنا بعيدا عنها ؛ لأنـــنا نعلم أن تحطيم ومفسدة الخلق هى بغيتها ، وأن فساد الدين هو الهدف .. وإلا انطبق علينا نقدُ إمام الدعاة الشيخ الشعراوى رحمه الله حين قال فى شارع عماد الدين ..

" فشارع عماد الدين تسميتُه وإنما لعـــناد الدين قد جعلا "

وإذا كنا مغرمين بالغرب ، لدرجة نقل قنواتهم كما هى ومصحوبة بترجمة عربية .. فإن علينا أن نحذو حذوهم فى احترام ملكية الحقوق ..

ونحـــن فى إيطالـــيا ، وقعنا قبل انطلاق البث على تعهد يلزمنا بذلك .. وحين خالفنا ذات مرة نتيجة خطأ بشرى .. واجهونا سريعا بالتهديد بإيقاف البث وقطع الإرسال .. بينما يرفض المسئولون عن الناقل " عرب سات" التدخل فى هذا الأمرالذى هو عرف عريق متبع يتعلق بحماية الحقوق .. ولنا مـــع ذلـــك تجـــربة معاكسة لتجربتنا مع الطليان .. ولن أتحرج فى تسمية الأشياء بأسمائها .. فمحطة "إرتيريـــا" الفضـــائية العزيزة .. اعتادت أن تأخذ كل ما ليس لها فيه حق .. حتى وإن كان مناسبات تتكلف عشرات أو مئات الملايين من الدولارات دون وازع أو رادع أو قانون يحمى ملكية الآخرين .. طالما أن المعتدى يدفع قيمة السعة القمرية لمجلس إدارة "العرب سات" ..

وقد لا أكون ملامًا إذا ما انتهزت هذه المناسبة الإعلامية .. ليس بصفتى أحد المشاركين فيها .. ولكن بوصفى أول المتلقين لصدمات الغضب التى يهدر بها البعض خاصة فى الإعلام الرياضى .. والذى يعترف بكامل إرادته أن الرياضة صناعة عصبها المال والتمويل .. حين يرتبط الأمر بالإعلان فى صحفة أو تمويل بطولات يحرص دعاية على إقامتها .. ويصاب بنوبة عكسية حين يتحول المشهد إلى شاشاتنا فتصبح المسألة أستغلالا للغلابة .. وحرمانا للمقهورين.. وحربا شعواء على فكرة التليفزيون المدفوع، وكأنهم يوزعون الصحف التى يهاجمونى فيها بالمجان .. أو كـــأنهم لا يتقاضون مقابلا ماديا عن صفحة الوفـــيات .. أو الجمعـــيات الخيرية والمستشفيات!! ظنا منهم أن المشاهد الأوزوبى أو الأمريكى يتمتع بمشـــاهدة مجانـــية .. وكأنهم لا يدركون أن القنوات المفتوحة هى قنوات مدفوعة القيمة مقدما بجبرية القانون ، وهى نوع مماثل للتليفزيون المدفوع الذى يحاربونه..

ففـــى الولايات المتحدة الأمريكية .. قامت الحكومة الأمريكية بمخاطبة كل الولايات من أجل زيادة الضرائب على المشاهدة التليفزيونية مع بداية عام ٢٠٠١م على الفرد الواحد بواقع ١٥ سنتا لكل قناة مفتوحة تبث فى الولاية .. وتقع تحت شـــريحة الضرائب الضمنية المدفوعة مع الضـــرائب السنوية للفرد .. هذا مع حماية ووجود القنوات التليفزيونية المدفوعة بالكامل عبر الأقمار أو الكوابل .

وحـــين شكا أحد النـــزلاء منتجعا ألمانيًّا بسبب ارتفاع الضريبة المقررة عليه .. أكد المسئولون بالأوراق الرسمية أن الفندق تتم محاسبته ضريبيًّا على مشاهدة القنوات المفتوحة التى تبث فى فندقه وهى مفروضة من الحكومة الألمانية..

وفى الوقـــت الـــذى يصر البعض على تقديم كل شيء بالمجان للمشاهد العربى .. مهما تكلف أصحاب الحقوق من ثمن ، أكدت قناة "بلومبرج" الأوروبية المتخصصة فى سوق الأوراق المالية .. على وجود إحصائية تؤكد أن الفنادق التى تقدم خدمة القنوات المدفوعة فى الغرف تحظى بنسبة نزلاء أكثر من الفنادق التى تعتمد على القنوات المحلية ، وقد أكد التقرير أن قنوات المشاهدة المدفوعة أصبحت أهم الموارد المالية بالنسبة للأندية فى كل الألعاب ..

وجاء فى التقرير :

١- قناة CNBC هى أكثر القنوات دعمًا لرياضة الهوكى .

٢- قناة ABC هى أكثر القنوات دعمًا لرياضة كرة السلة .

٣- قناة FOX SPORTS هى الأكثر دعما لكرة القدم الأمريكية .

٤- قناة TNT هى الأكثر دعمًا للبيسبول .

ولقـــد أكد عديد من الأندية الأمريكية أنه لولا بيع حقوق البث لقنوات المشاهدة المدفوعة ، لما كانت الرياضات الأمريكية حققت هذا الازدهار والانتشار ، ولأفلس عديد من الفرق .

والغريـــب ، أن بعـــض من يهاجموننى يطلقون على دورى أبطال العرب .. بطولة تليفزيونية أو بطولـــة الديكودر .. وهم لا يكتفون بهذا .. فبعد تحريمهم للبطولات التليفزيونية .. يناصرون سارقى هـــذه البطولات عبر أسلاك الشبكات غير النظامية .. على الرغم من محاولات الحكومة المصرية والتى بـــدأت تحـــارب هـــذه السرقات حماية كما عودتنا للحق وأصحابه .. نجد بعض الصحف تدافع عن الشباب المصرى المكافح العامل فى هذه الشبكات غير القانونية من حيث التوزيع والترخيص .. وكأنه مســـاندة لمبدأ .." أعطِ من لا يملك لمن لا يستحق" ... على الرغم من ذلك مضت تلك الصحف فى تأليب الرأى العام على أصحاب الحقوق وتدفعهم إلى الاستمرار فى عمل مهدد بالملاحقة .. بينما تحاول تعطيل مسيرة الشركة الرسمية التى بناها التليفزيون المصرى CNE بالتعاون معى ، والتى لديها الآن مائة

فـــرع يعمل فى كل فرع مائة شاب مكافح، أى : إن هذه الشركة الرسمية خلقت عشرة آلاف فرصة عمل لعشرة آلاف شاب مصرى مكافح . والسؤال الذى يطرح نفسه فى هذا الصدد : ماذا لو قامت مجموعة من الشباب المكافح بتأسيس مطبعة يدوية ، وقامت بإعادة طبع صحف لا تملكها وباعتها ! هل ســـتدعمهم الصحف الرسمية الأخرى وتطالب بمنحهم فرصًا من أجل الشباب المكافح؟! وهل سيقف الصحافيون موقف الحياد ؟! المسألة أيها الأعزاء .. مسألة مبدأ . وليست كفاحًا ، فأى كفاح لا يستند إلى شرعية ومبدأ يتحول إلى قرصنة وفوضى.

وفى هذا الاجتماع الكريم .. أعود إلى الحديث عن المحتوى والمضمون فى مجال الإعلام الخاص.. وأعود إلى الإجابة عن الشطر المهم فى السؤال المطروح : هل أحسن القطاع الخاص فى الإعلام أم أساء إلـــيه ؟ وســـأجيب عـــن هذا الشق ، وأقول : للأسف وبمرارة ، إننا ساهمنا فى الإساءة إلى كثير من المضـــامين، حيث أغفلنا المحتوى ، وتسبب الانفلات الرقابى فى انسياق التليفزيون الحكومى مع التيار بدواعى المنافسة وهربا من الركود والجمود ..

ولعل المرء قد يندهش من كثرة المحطات الخاصة ، وكيف لها بتغطية نفقاتها وتحقيق الأرباح ، أم أن الغـــرض من إنشائها للوجاهة الاجتماعية فقط، ولأننى على علم بكل أحوال المحطات ، فلا توجد سوى محطة أو محطتين تحققان ربحا.

ونحـــن فى شبكة راديو وتليفزيون العرب .. بفضل الله تعالى ، ثم برؤية صائبة من معالى الأستاذ صفوت الشريف .. حين أرشدنا إلى خفض الأسعار لتصير فى متناول الغالبية العظمى .. وقد فعلنا .. واســـتطعنا والحمد لله أن نصل اليوم إلى نقطة التعادل .. وبعون الله سيبدأ الربح غدا أو بعد غد .. فى ظـــل الالـــتزام بالأســـس والاحترام للحقوق : ملكية وفكرية..وللالتزام والاحترام وجه واحد .. أما لعدمهمـــا فهـــناك أوجه عديدة .. بعضها للأسف تمارسه الحكومات . فبالأمس ، كانت الوزارات الإعلامـــية تشترى المسلسلات والبرامج لغرض البث الأرضى .. أما اليوم وقد أصبحت كل المحطات الحكومـــية التليفزيونـــية فضائية دون مراعاة لشروط البث الأرضى .. مما يعنى أن محطة فضائية عربية واحدة قادرة على حمل المسلسل مباشرة إلى كافة الدول العربية .. وهو ما أضر بحق المنتج الأكبر ..

فبعد ما كانت مصر تبيع المسلسل الواحد لعشرين بلدا لبثه أرضيا .. أصبح الأمر لا يتعدى ٥ أو ٦ بلـــدان .. بحكـــم اعتماد المشاهدين فى دول مجاورة على إرسال محطة مجاورة فضائية .. ولأن لمصر الريادة والإبداع ، فقد كان الإنتاج المصرى هو أكثر المتضررين بشكل مباشر أو غير مباشر ، حتى حين فـــرض – تقديـــرًا لظروف الأشقاء – زيادة رمزية على الحقوق الفضائية لا تتلاءم مع طبيعة الأمور الاقتصادية .

وشـــهادة حق أقولها فى هـــذه النقطة : لو توقف الإنتاج المصرى ، أو بيع بسعره الاقتصـــادى الفعلى .. لأغلقت الكثيرُ من المحطات أبوابها ولسرّحت العاملين فيها .

وجـــه آخر لعدم احترام الحقوق هو ما تمارسه محطات حكومية ببث مواد ومناسبات لم تدفع لها أصـــلا أى ثمن أو تحصل على إذن بها .. والمصيبة أنك لا تجد جهة إعلامية عربية قادرة على التصدى لهذه القرصنة الرسمية .. على الرغم مما تسببه من خسائر فادحة لأصحاب الحقوق الشرعيين ، وهو ما أنادى به اليوم كل الناقلين بضرورة السيطرة التامة على شرعية الملكية للذى تبثه القناة المنطلقة من أحد الأقمـــار العربية.. حتى نبدأ ممارسة الدور الرقابى الفعال على إعلامنا الخاص والعام معا .. لنصل جميعا بحـــول الله إلى تحقـــيق أفضل النتائج المرجوة من كل هذا الاستثمار المالى الهائل .. علنا نفلح فى تفعيل الآثار الثقافية والحضارية لأمة ترعرع الحق على هضابها ، وتمت المواثيق فى رباها ، وعاشت تدافع عنها وتنادى بها ..

ولعلنا فى غمرة هذا الالتزام بخط إعلامى هادف على ضفتى الإعلام الخاصة والعامة ، نعيد تشكيل الثقة المتسربة من بين أيدينا لنجدها وعيا وفهما لمتطلبات العصر ، والتى تراكمت عليها طبقات من غبار الخـــوف حتى وصلت حد العقدة النفسية كنتيجة حتمية لتصادم المفاهيم بين قناة وأخرى على القمر نفســـه .. وتضارب الطرح والتناول بين قنوات القمر والقمر المجاور.. مما أسهم بشكل سلبى فى تنامى الصـــراع حـــول الهوية والشمولية من جراء تصادم الفضائيات العربية ، سعيًا إلى كسب هذا السوق على حســـاب الآخر .. ووفقا لميول القيادات الإعلامية الخاصة إرضاء للممول ، أو كسبًا لرضا البعض على حساب البعض الآخر ، وهى مسألة ما كانت لتظهر بهذه السلبية لولا انفتاح الفضاء دون رقابة أو تدخـــل يضمن الحد الأدنى من الإنفاق على رؤى موحدة ؛ من أجل مشاهدة جماعية توحد ولا تزيد الناس فرقة .. وتجمع ولا تدعو الناس إلى مزيد من الشتات.

ولعـــل التمازج المطلوب بين القطاع الإعلامى الخاص والعام مكمنه التركيبة المتجانسة فى الفكر الإعلامى الواحد .. لأننا جميعا فى النهاية نخاطب مشاهداً واحداً .. مستغلين هذا التطوير الهائل فى عالم الاتصال الذى يمكننا اليوم من عقد المناظرات وإثراء الحوارات بين أبناء الأمة من محيطها إلى خليجها فى وقت واحد .

وفقكم الله لما يحب ويرضى .. وأعانكم الله وأعاننا على تقواه فى مواطنينا وأوطاننا .. فهم الربح الحقيقى وهم المكسبُ الباقى ..

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على نبينا المصطفى وأنبياء الله أجمعين ..

الخاتمـــة

ببليوجرافيا شارحة مختارة للتراث العلمى من الدراسات العربية حول القنوات الفضائية خلال الفترة (١٩٩٣ ـ ٢٠٠٤)

نهى عاطف العبد(*)

أولاً : الدراسات التحليلية حول مضامين القنوات الفضائية

(أ) دراسات حول المضمون الإخبارى فى القنوات الفضائية:

١ - دراسة "غسان إبراهيم حرب" (٢٠٠٤) بعنوان **"معالجة قضية الصراع الفلسطينى الإسرائيلى فى الفضـــائية الفلســـطينية والفضائية الإسرائيلية "**(١) على عينة من النشرات الإخبارية الرئيسية فى الفضائية الإسرائيلية والفضائية الفلسطينية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- جاء توزيع الأخبار فى النشرات - عينة الدراسة - حسب طول الخبر إلى : خبر طويل (٤٢,٧%) ، خبر متوسط (٣٥,٩%) ، وخبر قصير (٢١,٤%) .
- جاء ترتيب أخبار الصراع الفلسطينى الإسرائيلى فى النشرات - عينة الدراسة - : ورد فى الوســـط (٧٠,٤%) ، وورد فى المقدمة (٢٩,٦%) .
- جـــاءت أهـــم الأشـــكال الإخبارية المستخدمة فى أخبار الصراع الفلسطينى الإسرائيلى الواردة فى النشرات - عينة الدراسة - : خبر ونمط إخبارى آخر (٨٤,١%) ، وخبر فقط (١٥,٩%).
- جـــاءت الصورة تضـــيف إلى النص الإخبارى فى (٥٠,٤%) من الأخبار - عينة الدراســـة - ، وجاءت مطابقة تماماً للنص فى (٤٧,٤%) من الأخبار - عينة الدراسة - ، وكانت لاترتبط بالنص فى (٢,٢%) من الأخبار - عينة الدراسة -.

(*) مدرس مساعد بكلية الإعلام - جامعة ٦ أكتوبر .

(١) غســـان إبراهـــيم حـــــرب . معالجة قضية الصراع الفلسطينى الإسرائيلى فى الفضـــائية الفلسطينية والفضـــائية الإسرائيلية : دراسة مقارنة . رسالة ماجستير. (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية ، ٢٠٠٤) .

٢ - دراسة " هبة شاهين " (٢٠٠٤) بعنوان " **المعالجة الإخبارية للقضايا العربية فى القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهه باللغة العربية** " [١] على عينة قوامها ٣٠ نشرة إخبارية رئيسية من نشرات القناه الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:**

- احتلت قضية الصراع العربى الإسرائيلى ، المرتبة الأولى فى قائمة القضايا العربية التى تناولتها القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية فى نشراتها ، تليها القضية العراقية .
- برزت المضامين السياسية ، العسكرية ، الاقتصادية ، والاهتمامات الإنسانية فى معالجة قضية الصراع العربى الإسرائيلى والقضية العراقية فى نشرات القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية .
- اتسمت معظم أدوار القوى الفاعلة الفلسطينية والعراقية بالسلبية ، بينما جاءت الأدوار الأمريكية والإسرائيلية إيجابية ، وتفاوتت السمات والأدوار المنسوبة للأطراف العربية وفقاً للأيدلوجية الإسرائيلية .

٣ - "دراسة إيمان جمعة" (٢٠٠٣) بعنوان " **معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية** "[٢] على عينة من برامج قناة الجزيرة ، خلال الفترة من ٢٠٠٣/١/١ وحتى ٢٠٠٣/٢/٢٨ وبلغ عدد الحلقات التى تم تسجيلها ٥٩ حلقة براجية ، بالإضافة إلى دراسة تحليلية على عينة من الصحف : (الأهرام - الحياة - الشرق الأوسط) خلال فترة الدراسة بأسلوب الأسبوع الصناعى ، **وتوصلت الدراسة فيما يختص بعينة البرامج التلفزيونية إلى عدة نتائج ، أهمها :**

- جاءت أنماط الجمل فى المعالجة الخبرية لقناة الجزيرة كالتالى : جمل تقريرية إيجابية، جمل تقريرية سلبية، جمل توقعية إيجابية ، جمل توقعية سلبية ، جمل حكمية سلبية ، وجمل حكمية إيجابية .
- أهم زوايا الصراع الأمريكى - العراقى التى تم تناولها فى قناة الجزيرة ، هى: ضرورة توازن القوى بين الدول فى منطقة الشرق الأوسط ، مساوئ الوجود الأمريكى بالمنطقة العربية ، نزع أسلحة الدمار الشامل من إسرائيل ، استفادة إسرائيل من الغزو الأمريكى للعراق ، ازدواجية السياسة الأمريكية ، دور الأمم المتحدة ومنظماتها ، دور جامعة الدول العربية ، وغياب الديمقراطية فى العالم العربى .

---

(١) هبة شاهين . المعالجة الإخبارية للقضايا العربية فى القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية. فى : **المؤتمر العلمى السنوى العاشر** . (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ٢٠٠٤) .

(٢) إيمان جمعة. معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية (مرحلة ما قبل الحرب) دراسة تحليلية لأخلاقيات الممارسة الإعلامية . فى : **المؤتمر العلمى السنوى التاسع** . (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣) ص ص ١٩١ - ٢٢٧.

٤ – دراسة "جيهان يسرى" (٢٠٠٣) بعنوان **"القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها فى الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل"**[١] على عينة من النشرات الإخبارية الرئيسية المذاعة على القناة الفضائية الإسرائيلية فى الفترة من ١٩ ديسمبر ٢٠٠٢ حتى ١٧ يناير ٢٠٠٣ ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تشكل المادة الإخبارية (٣٧%) من إجمالى ساعات البث اليومى للقناة ، ويتم فيها الاعتماد على مذيعين عرب تحقيقاً لمبدأ مصداقية المصدر .
- تنوع أسلوب تقديم الأخبار فى النشرة العربية بالفضائية الإسرائيلية ، وقد غلب عليها الجمع بين أكثر من أسلوب فى تقديم الخبر الواحد بنسبة (٦٣%) ، تليها مذيع ورسالة وحوار (١٦%)، ثم مذيع فقط (١٥,٨%)، ومادة فيلمية فقط (٥,٢%).
- يوجد ارتفاع فى نسبة الأخبار المفسرة بنسبة (٥١,٦%) ، بينما بلغت نسبة الأخبار المجردة (٤٨,٤%) من إجمالى عدد الأخبار – عينة الدراسة – .

٥ – دراسة "أشرف جلال حسن" (٢٠٠٢) بعنوان **" القضايا العربية والإسلامية فى وسائل الإعلام العربية : دراسة تحليلية مقارنة "**[٢] على عينة سحبت بأسلوب الأسبوع الصناعى ، خلال شهر يناير ٢٠٠٢ من النشرات الإخبارية من القنوات الفضائية التالية : دبى، الكويت، سوريا، LBC ، الفضائية المصرية الأولى، والفضائية الليبية، بالإضافة إلى دراسة تحليلية على مجموعة من الصحف العربية، وهى : البيان ، الأنباء ، الثورة ، الأنوار ، الأهرام ، والرائد ، **توصلت الدراسة – فيما يتعلق بالقنوات الفضائية – إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- احتلت قضية الصراع العربى الإسرائيلى الأولوية فى القضايا العربية المطروحة فى وسائل الإعلام العربية، حيث احتلت ما يقرب من (٤٠%) من القضايا المطروحة .
- هناك تطابق بين أجندة الصحف وأجندة التلفزيون ، فيما يتعلق بطبيعة القضايا العربية المطروحة وأهميتها النسبية من حيث معدلات تناولها ، ويوضح ذلك أن الأهمية النسبية للقضية تفرض نفسها بغض النظر عن الوسيلة ، ولا تختلف موضوعية التناول الإخبارى للقضايا العربية والإسلامية باختلاف الوسيلة .

---

(١) جيهان يسرى القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها فى الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل . فى : **مجلة بحوث الرأى العام** ، العدد المزدوج١–٢ ، ٢٠٠٣ .

(٢) أشرف جلال حسن . القضايا العربية والإسلامية فى وسائل الإعلام العربية: دراسة تحليلية مقارنة. فى : **المؤتمر العلمى الثامن.** (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢) .

■ تختلف العناصر والقيم الإخبارية الواردة فى القضايا العربية والإسلامية باختلاف المنطقة الجغرافية التى تمثـــلها ؛ حيث تميل منطقة شمال أفريقيا إلى التركيز على عناصر الأهمية والجدة والصراع والفورية ، وتمـــيل منطقة الخليج إلى الاهتمام بعنصر الأهمية والإثارة والفورية ، بينما تهتم منطقة الشام بعنصر الصراع والفورية والإثارة .

٦ – دراســـة "عـــزة عبد العظيم" (٢٠٠٢) بعنوان " **تغطية التقارير الإخبارية التلفزيونية لأحداث الإرهـــاب : أحداث الصراع الفلسطينى الإسرائيلى ، وحرب الولايات المتحدة فى أفغانستان عـــلى القـــناة الأولى ، وقناة النيل للاخبار ، وقناة الجزيرة القطرية**"[١] على عينة من النشرات الإخـــبارية المذاعة لمدة خمسة عشر يوماً ، فى الفترة من ٢٠٠١/١١/١ الى ٢٠٠١/١١/١٥ من القـــناة الاولى وقـــناة النيل للأخبار، وقناة الجزيرة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:**

■ تشـــغل التقارير حول الحرب الأمريكية فى أفغانستان مساحة أكبر على القنوات الثلاث من مساحة تناول قضية الصراع الفلسطينى الإسرائيلى .

■ تهتم القناة الأولى وقناة النيل للأخبار بإبراز قضية فلسطين بشكل أكبر من اهتمامها بالحرب الأفغانية، بينما نالت تغطية الحرب الأفغانية فى قناة الجزيرة ، من حيث : عدد التقارير المقدمة ، ومتوسط عدد الدقـــائق المخصصة للتقارير ، التى تغطى أحداث الحرب ، وترتيب ورودها داخل النشرة أو التنويه عنها.

■ إن نسبة الشخصيات الأمريكية والبريطانية كانت أكبر من نسبة الشخصيات الأفغـــانية فى كل من القـــناة الأولى ، وقناة النيل للأخـــبار بنســـبة (٣٥,٣%) و(٢٣,٥%) على التوالى ، بينما اهتمت قناة الجزيرة بإظهار الشخصيات الأفغانية بنسبة (٢٣,٣%).

٧ – دراســـة "نشـــوى عقـــل" (٢٠٠٢) بعـــنوان " **تقييم نشرات الأخبار فى قناة النيل الإخبارية المتخصصة** "[٢] على عينة من النشرات[*] سحبت بأسلوب الأسبوع الصناعى لمدة ستة أشهر ابتداء

---

(١) "عزة عبد العظيم" . تغطية التقارير الاخبارية التلفزيونية لأحداث الإرهاب : أحداث الصراع الفلسطينى الإسرائيلى وحـــرب الولايـــات المـــتحدة فى أفغانستان على القناة الاولى وقناة النيل للأخبار وقناة الجزيرة القطرية . فى: **مجلة البحوث الإعلامية** ، العدد الثامن عشر ، أكتوبر ٢٠٠٢. ص ص ١١٩ – ١٧٢ .

(٢) نشـــوى عقـــل ." تقيـــيم نشرات الأخبار فى قناة النيل الإخبارية المتخصصة : دراسة مسحية للمحتوى والقائمين بالاتصال ". **رسالة ماجستير** . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢) .

من ٤ أكتوبر ٢٠٠١ إلى ٤ إبريل ٢٠٠٢ ، وتم اختيار بدايتها بأسلوب العينة العشوائية البسيطة ، **وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :**

- بلغ متوسط عدد الأخبار فى نشرة الأخبار الواحدة (٢٠خبراً) وهو رقم يزيد عن متوسط عدد الأخبار فى النشرات العربية الدولية (١٢,٢ خبراً) ، كما يبلغ متوسط طول النشرة الواحدة (٤٦,٦ ق) وهو معدل يزيد عن المعدلات العالمية ، أما متوسط طول الخبر يبلغ (٢,١ ق) ، وبمعدل يقترب من نظيره فى شبكة CNN (٢,٣٢ ق) ، وتتوزع الأخبار على حسب فئة الطول إلى : أخبار طويلة (٤٣,٥ %) ، وأخبار قصيرة (٣٩,٩%) ، وأخبار متوسطة (١٦,٦%) .
- أهم نوعيات الأخبار الواردة فى نشرات قناة النيل للأخبار : أخبار سياسية (٣٤,٢%) ، وأخبار رياضية (١٦%) ، وأخبار اقتصادية (١٤,٧%) ، وأخبار عسكرية (١٤,٤%) .
- أهم القوالب الفنية للتغطية الإخبارية فى نشرات قناة النيل للأخبار ، هى : مذيع ومادة فيلمية (٣٧,٦%) ، ومذيع ورسالة من دولة أخرى (١٦,٣%) ، ومذيع وتقرير داخلى (١٣,٨%) ، ومذيع وتقرير من موقع الحدث (١١,١٠%).

٨ – دراسة "أمين سعيد عبد الغنى" (٢٠٠١) بعنوان **" اللغة التلفزيونية فى برامج قناة (CNN) الإخبارية "**[1] على عينة عمدية من برامج الإصدار الدولى فى شبكة CNN الإخبارية لتكوين يوم بث صناعى ، مدته ٢٤ ساعة ، بالتتابع من دورة تلفزيونية امتدت من١- يناير ٢٠٠٠ حتى ٥- ابريل ٢٠٠٠، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تأتى الأخبار على رأس البرامج الثابتة التى تقدمها الشبكة (٤٦%) ، تليها برامج المال والأعمال (٢٥%) ، برامج اللقاءات والمناقشات (٩%)، برامج الحياة التى تشمل الفنون السياحية (٨,٥%) ، البرامج الرياضية (٥%) ، البرامج الثقافية (٤,٤%) ، وبرامج المحلات الإخبارية (٢,١%) .
- استخدمت CNN لغه تلفزيونية لها أسلوب خاص ، يعتمد على توظيف جميع مفرداتها بشكل متوازن ؛ حيث إن هناك تنويعًا فى الموضوعات المصورة كالتالى : الأشخاص (٩٥%) ، الأشياء (٦٨,٥%) ، والأماكن (٧٢,٥%) .
- توجد علاقة ارتباطية قوية بين السياق العام الذى تبث فيه قناة CNN (محددات المعنى) ، والموضوعات التى تبثها الشبكة واللغة التلفزيونية التى تستخدمها .

(*) اجرت الباحثة دراسة على القائم بالاتصال فى قناة النيل للأخبار ، بالإضافة إلى الدراسة التحليلية .

(١) أمين سعيد عبد الغنى . اللغة التلفزيونية فى برامج قناة (CNN) الإخبارية . فى: المؤتمر العلمى السنوى السابع . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١) ص ص ٥٧١ – ٦٠٦ .

٩ - دراسة "وليد محمد عمشة" (٢٠٠١) بعنوان " **أثر التكنولوجيا المستخدمة فى جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية : دراسة على القنوات الفضائية العربية غير الحكومية**"[(١)] على ٥٨ عرضاً إخبارياً من قناتى الجزيرة وMBC، **وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، منها :**

- تـــتوزع العـــروض الإخبارية - عينة الدراسة - حسب القنوات كما يلى : تذاع (٥٠,٢%) من العروض على قناة **MBC**، وتذاع (٤٩,٨%) من العروض - عينة الدراسة - على قناة الجزيرة.
- تتوزع نوعية الأخبار فى العروض الإخبارية - عينة الدراسة - حسب ترتيب الأخبار على : أخبار الوسط (٥٨,٦%) ، أخبار المقدمة وأخبار النهاية (٢٠,٧%) لكلٍ منهما .
- أهـــم مـــناطق التغطية الإخبارية الواردة فى الأخبار فى العروض الإخبارية - عينة الدراسة - هى : أوروبـــا (١٦%) ، آســـيا (١٤,٨%) ، أمـــريكا وكندا (٨,١%) ، أفريقيا (٦,٨%) ، وروسيا والكومنولث (٥,٧%) .
- أهم القضايا المتداولة فى الأخبار المعروضة فى العروض الإخبارية - عينة الدراسة - هى : قضايا دولية (٥٢,٨%) ، قضايا عربية داخلية (١٠,٩%)، المقاومة اللبنانية والانسحاب الإسرائيلى (٧,٩ %) ، والمسار الفلسطينى الإسرائيلى (٧%) .

١٠ - دراســـة "حمدى حسن" (١٩٩٧) بعنوان " **المزيج الإخبارى والبناء الفنى فى نشرات أخبار التلفزيون** "[(٢)] وقد أجريت الدراسة التحليلية على عينة قوامها ٣٠ نشرة من النشرات الإخبارية المسائية الرئيسية فى القنوات التالية : (القناة الفضائية المصرية و MBC و BBC) خلال الفترة من يناير حتى مارس ١٩٩٥ ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- بلغ عدد الأخبار التى تم تحليلها فى القنوات الثلاث (١٠١٨ خبرًا) ، وجاءت قناة **MBC** فى مقدمة القنوات من حيث عدد الأخبار بنســـبة (٣٨,٢%)، تليها الفضائية المصرية بنســـبة (٣٢,٤%) ، وجاءت **BBC** فى المرتبة الأخيرة بنسبة (٢٩,٤%) .

---

(١) ولـــيد محمد عمشة . " أثر التكنولوجيا المستخدمة فى جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية: دراســـة على القنـــوات الفضـــائية العـــربية غير الحكومية" . **رسالة ماجستير** . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١) .

(٢) حمدى حسن . المزيج الإخبارى والبناء الفنى فى نشرات أخبار التلفزيون : دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار فى ثلاث قنوات فضائية . فى : **مجلة البحوث الإعلامية** ، العدد السابع، يناير ١٩٩٧. ص ص ٧ - ٦٤ .

- تزيد الأخبار التى ظهرت غير مصحوبة بمادة مرئية فى الفضائية المصرية عن قناتى **BBC** و **MBC** بفارق نسبى ملحوظ ؛ حيث بلغت النسبة فى الفضائية المصرية (١٦,٤%) .
- تغلب الأخبار السياسية على مكونات نشرات الأخبار فى القنوات الثلاث ؛ حيث بلغت (٥٣,٥%) من المساحة الزمنية لنشرات الأخبار .

١١- دراسة "عصام نصر" (١٩٩٤) بعنوان " **الأخبار العربية فى القنوات الفضائية** "[1] على عينة من نشرات الأخبار فى أربع قنوات فضائية عربية، هى: الفضائية المصرية ، الكويتية ، MBC ، ودبى خلال الفترة من٢٢ أبريل حتى٢١ مايو١٩٩٤، **و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها :**

- أن أعلى نسبة من الأخبار العربية يبثها مركز تلفزيون الشرق الاوسط **MBC** حيث بلغت (٣١%) من مجموع الأخبار عينة الدراسة ، بينما جاءت الفضائية الكويتية فى المرتبة الثانية بنسبة (٢٩%) ، فالفضائية المصرية بنسبة (٢٨,٥%) ، فدبى الفضائية فى المؤخرة بنسبة (٢٧,٥%) من مجموع الأخبار التى تضمنتها النشرات – عينة الدراسة– .
- أن قناة **MBC** هى القناة الوحيدة التى توزعت اهتماماتها الإخبارية على كافة المجالات السياسية والاقتصادية والعسكرية والاجتماعية والرياضية بنسب متفاوتة ، وكانت القناة الفضائية الكويتية الأكثر اهتماماً بالأخبار السياسية بنسبة (٩١%) .
- أن أكثر القنوات تقديماً للأخبار القصيرة ، هى: القناة الفضائية المصرية بنسبة (٢٤%)، تليها **MBC** بنسبة (١٧%) ، ثم الفضائية الكويتية بنسبة (١٣%) .

(ب) دراسات حول الإعلانات فى القنوات الفضائية :

١ - دراسة "إيمان جمعه" (٢٠٠١) بعنوان "**صورة المرأة فى الإعلانات التلفزيونية**"[2] على عينة بأسلوب الحصر الشامل لجميع الإعلانات التلفزيونية التى تمت إذاعتها فى القنوات التالية : الفضائية المصرية ، MBC ، LBC ، دبى ، القناة الأمريكية ، SUPER CHANNEL ، RAI الإيطالية ، وTV5 ، على مدى أربعين يوماً فى الفترة من ٢٠٠١/١/١ حتى ٢٠٠١/٢/١٠ ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، منها :**

- ظهرت المرأة فى ثلثى – عينة الدراسة – من الإعلانات بنسبة (٦١,٩%) ، حيث تظهر المرأة فى أكثر من نصف مادة الإعلان فى (٦٧,٩%) من الإعلانات – عينة الدراسة – ، فى حين تظهر فى جزء صغير من مدة الإعلان فى (٣٢,١%) من الإعلانات – عينة الدراسة – .

---

(١) عصام نصر . الأخبار العربية فى القنوات الفضائية : دراسة على القنوات الفضائية المصرية والكويتية و MBC ودبى . فى : **مجلة البحوث الإعلامية** ، العدد الثانى ، أكتوبر ١٩٩٤ . ص ص ٧ – ٤٨ .

(٢) إيمان جمعه . صورة المرأة فى الإعلانات التلفزيونية : دراسة مقارنة للفضائيات العربية والأجنبية . فى : **مجلة البحوث والدراسات العربية** ، العدد ٣٦ ، ديسمبر ٢٠٠١ . ص ص ١٦٩ – ٢١٩.

■ تعد الأوتار العاطفية الأكثر استخداماً فى الإعلانات ، التى تتناول سلعاً تخدم المرأة بنسبة (٨٤,٦%) من عينة الدراسة .

٢ – دراسة "سامى عبد العزيز" (٢٠٠٠) " **اتجاهات الإعلان التجارى فى الفضائيات العربية** "[١] على عينة قوامها ٩٠ إعلان تجارى موزعة على القنوات الفضائية الآتية: الفضائية المصرية، LBC، MBC ، FUTURE ، ART ، ودبى ، وقد تم سحب العينة بحيث تكون ممثلة لجميع شهور السنة بواقع (١٠%) من كل شهر، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ تستحوذ القنوات الفضائية الخاصة على (٨٥%) من الدخل الإعلانى فى مقابل (١٥%) فقط للقنوات الفضائية الحكومية ، كما أن القنوات الفضائية المفتوحة تستحوذ على (٩٧%) من الدخل الإعلانى فى مقابل (٣%) فقط للقنوات المشفرة.

■ تتوزع نوعيات السلع الواردة فى الإعلانات المذاعة على القنوات الفضائية – عينة الدراسة –كالتالى : سلع استقرابية (٥٤,٣%) ، سلع خاصة (٣١,٢%) ، وسلع التسوق (١٤,٥%).

■ تتوزع الإعلانات المذاعة على القنوات الفضائية – عينة الدراسة – حسب المستوى الاقتصادى إلى : إعلانات ذات مستوى مرتفع (٦٦%) ، إعلانات ذات مستوى متوسط (٣٠,٥%) ، وإعلانات ذات مستوى منخفض (٣,٥%) .

٣ – دراسة "سامى طايع" (١٩٩٨) بعنوان " **الاتجاهات الإعلانية فى المحطات الفضائية العربية**"[٢] على عينة عمدية من ثلاث قنوات فضائية عربية ، وهى : القناة الفضائية اللبنانية ، قناة MBC ، والقناة الفضائية المصرية على مدى عشرة أيام خلال الفترة من ٢١ حتى ٣٠ يناير ١٩٩٨، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ يمثل المضمون الإعلانى نسبة (٨,٨%) من إجمالى ساعات الإرسال خلال الفترة الزمنية للدراسة ، وقد جاءت القناة الفضائية اللبنانية فى المرتبة الأولى (٤٧,١%)، ثم **MBC** فى المرتبة الثانية (٣٢,٥%) ، والقناة الفضائية المصرية (٢٠,٤%) .

■ توزعت الإعلانات فى القنوات الثلاث عينة الدراسة إلى : إعلانات عن سلع (٦٥,٧%) ، وإعلانات عن خدمات (٣٤,٣%).

---

(١) سامى عبد العزيز . اتجاهات الإعلان التجارى فى الفضائيات العربية : دراسة تحليلية . فى : **مجلة البحوث والدراسات العربية** ، العدد ٣٣ ، يوليو ٢٠٠٠ . ص ص ٢٣٥ – ٢٧٣ .

(٢) سامى طايع . الاتجاهات الإعلانية فى المحطات الفضائية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الإعلانات. فى : **مجلة البحوث الإعلامية** ، العدد الثامن ، يناير ١٩٩٨ . ص ص ١٣٧ – ١٧١.

- ظهرت (٩٨,٣%) من الإعلانات عينة الدراسة ملونة ، وقد استخدمت مؤثرات صوتية من موسيقى وغناء فى (٩٥,٦%) من الإعلانات عينة الدراسة .
- جاءت أهم القوالب الفنية المستخدمة فى الإعلانات عينة الدراسة كالتالى : الفيلم الإعلانى (٩١,٢%) ، والشرائح الإعلانية الثابتة (٧,١%) ، والكارتون (٢%).

(جـ) دراسات حول الأغانى المصورة فى القنوات الفضائية : (*)

١ - دراسة "سمية عرفات" (٢٠٠٢) بعنوان " مدى مراعاة الضوابط الأخلاقية فى الأغنية العربية المصورة "[1] على عينة عشوائية بسيطة من مائة أغنية من الأغانى المصورة المذاعة على قناة دريم الأولى فى الفترة من الساعة السادسة حتى الساعة التاسعة مساءً على مدى أسبوعين فى الفترة من ١٥ - يوليو إلى ٣٠ يوليو ٢٠٠٢ ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تتوزع نوعيات الأغانى عينة الدراسة كالتالى : أغانٍ عاطفية (٨٣%)، وأغانٍ اجتماعية (١٣%) ، وأغانٍ شعبية (٣%) ، وأغانٍ وطنية (١%) .
- يعدُّ جمهور الشباب هو: الجمهور المستهدف بالدرجة الأولى بنسبة (٨٣%) من الأغانى المصورة، يليه الجمهور العام (١٤%) ، والأطفال فى المرتبة الأخيرة بنسبة (٣%) .
- تأتى بيئة التصوير العربية فى المرتبة الأولى فى الأغانى عينة الدراسة بنسبة (٨٢%) ، تليها البيئة الأجنبية بنسبة (١٧%) ، ثم تأتى البيئة التى تجمع بين العربية والأجنبية فى الخاتمة بنسبة (١%) .
- تستخدم اللهجة العامية فى (٩١%) من الأغانى - عينة الدراسة - تليها اللغة العربية الفصحى بنسبة (٥%) ، ثم تليها الأغانى التى تجمع بين العامية والأجنبية بنسبة (٤%) .

(د) دراسات حول البرامج فى القنوات الفضائية :

١ - دراسة "محمد أحمد الشريف" (٢٠٠٣) بعنوان" البرامج الدينية فى القنوات الفضائية العربية "[2] على البرامج الدينية المذاعة فى الفضائيات العربية التالية : الفضائية المصرية الأولى ، الفضائية التونسية ، الجزيرة ، MBC ، ودريم الثانية على مدار دورة برامجية كاملة من يناير - مارس ٢٠٠٣ ، بالإضافة إلى بعض البرامج الدينية فى الفضائية السعودية الأولى ، التى سحبت بأسلوب الأسبوع الصناعى ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

(*) توجد دراسة د. أشرف جلال التى جمعت بين الدراستين : التحليلية والميدانية ، ووضعت مع الدراسات المسحية .

(٢) سمية عرفات . مدى مراعاة الضوابط الاخلاقية فى الأغنية العربية المصورة : دراسة تحليلية للأغنية العربية المصورة بقناة دريم الأولى . فى : مجلة البحوث الإعلامية ، العدد الثامن عشر ، أكتوبر ٢٠٠٢ . ص ص ٣٩٣ - ٤٣٦ .

(١) محمد أحمد الشريف . " البرامج الدينية فى القنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية " . رسالة ماجستير . (القاهرة : كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، ٢٠٠٣) .

- تـتوزع الـبرامج الدينـية فى القنوات الفضائية الحكومية – عينة الدراسة – هى : القناة الفضائية السـعودية الأولى (٧٨,٩٤%) ، والقناة الفضائية المصـرية الأولى ، والقنـاة الفضائية التونسـية (١٠,٥٣%) لكل منهما .
- أهم الأيام التى تبث فيها البرامج الدينية فى الفضـائيات العربية الحكومية هى : طوال أيام الأسـبوع (٢١,٧٣%) ، الجمعة والخميس (١٧,٤٠%) لكل منهما ، السبت والأحد والأربعاء (١٣,٠٤%) لكل منها ، والثلاثاء (٤,٣٥%) .
- يعد البث المسجل هـو النمط الغالب فى تقديم البرامج الدينية فى الفضائيات الدينية الحكومية بنسـبة (٦٨,٤٣%) ، والبث المباشر بنسبة (٣١,٥٧%) .
- أهم القوالب الفنيـة المستخدمة فى البرامج الدينية فى القنوات الفضـائية الحكومية ، هى : الحـوار (٣١,٥٨%) ، النـدوة (٢٦,٣٤%) ، والحـوار والفيلم والبرنامج التسجيلى والتحقيق بنسـبة (٥,٢٦%) لكل منها .
- أهـم أنـواع الاستمالات المستخدمة فى البرامج الدينية بالفضائيات الحكومية : استمالات عاطفية ومنطقية (٤٨,٤٦%) ، واستمالات عاطفية (٤٣,١٥%) ، واستمالات منطقية (٨,٣٩%) .

٢ – دراسـة "عـادل فهمـى البيومى" (٢٠٠١) بعنوان **" دور القنوات الفضائية العربية فى زيادة المشـاركة الجماهيرية "**(١) على عينة من البرامج الجماهيرية فى قناتى : الجزيرة والفضائية المصرية الأولى ، خـلال الفترة من أول يناير إلى نهاية فبراير عام ٢٠٠٠م ، **وقد توصلت الدراسـة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- أهـم أسماء البرامج التى تم تحليل المشاركة فيها فى قناة الجزيرة، هى : بلا حدود ، الاتجاه المعاكس، الشـريعة والحياة ، شاهد على العصر ، أكثر من رأى ، زيارة خاصة ، لقاء اليوم ، المشهد الثقافى، وتقريـر خاص ، وأغلبها برامج إخبارية تدور حلقاتها حول الموضوعات التالية ، وهى : الوضع فى أفغانستان ، والسياسة التركية فى عهد حكومة حزب الرفاه ، ودور حزب الله فى لبنان .
- ومـن البرامج التى تم تحليل المشاركة الجماهيرية فيها فى الفضائية المصرية ، هى : العالم بين يديك ، ونجـوم صاحبة الجلالة ، وأهم القضايا الواردة فى هذه الحلقات هى : موضوع الطائرة المصرية التى تحطمت فى المحيط الأطلنطى ، وقضية العمالة المصرية فى الدول العربية .
- وتنوعـت البرامج التى تمت فيها المشـاركة الجماهيرية ما بين : مقـابلات متنوعة (٥٨,٦%) ، ومناقشات (٢٦,٨%) ، ومسابقات (١٤,٦%) .

---

(١) عادل فهمى البيومى . دور القنوات الفضائية العربية فى زيادة المشاركة الجماهيرية . فى : **مجلة البحوث الإعلامية** ، العدد السادس عشر ، أكتوبر ٢٠٠١ . ص ص ٢٣٣ – ٢٧٠.

ثانياً : الدراسات الميدانية حول علاقة الجمهور العام بالقنوات الفضائية

(أ) دراسات حول علاقة الجمهور العربى العام بالقنوات الفضائية :

١ - دراسة المركز العربى للبحوث والدراسات الاستشارية (٢٠٠٣) بعنوان "الإعلام التلفزيونى الفضائى"[(١)] على عينة قوامها ٤٦٢٤ مفردة متعددة المراحل غطت خمس دول عربية ، هى : مصر (٢٠٠٦ مفردة) ، السعودية (١٠٠٧ مفردات) ، الكويت (٥٠٥ مفردات) ، الإمارات العربية المتحدة (٥٠٦ مفردات) ، تونس (٦٠٠ مفردة) ، وأجريت على كافة الفئات الاقتصادية والاجتماعية فى دول الخليج العربى - عينة الدراسة - وذوى الدخل ٨٠٠ جنيه فأكثر فى مصر ، وهى تمثل ٩,٩٩٢,٠٠٠ أسرة ، وتوزعت عينة مصر على القاهرة الكبرى (٣٤%) ، الإسكندرية (١٧%) ، المنيا والمنصورة (٩%) لكل منهما ، قنا (٨%) ، طنطا (٧%) ، شبين الكوم (٦%) ، والفيوم (٥%) .

- وأوضحت هذه الدراسة ارتفاع معدل اقتناء الأجهزة الرقمية فى مصر من (٥٤%) عام ٢٠٠١ إلى (٨٥%) عام ٢٠٠٣ من الذين يمتلكون أجهزة الاستقبال الفضائية، وأهم دوافع اقتناء هذه الأجهزة : إمكانة استقبال عدد كبير من القنوات (٧٠%) ، وضع الصورة (٦٧%) ، استقبال قنوات رقمية (٥٩%) ، ونقاء الصوت (٥٨%).
- وأوضحت النتائج أن القنوات التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها - مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات- هى: الجزيرة (٤٤%)، دريم ١ (٣٤%)، MBC2 (٣٢%)، دريم ٢ (٢٨%)، MBC والفضائية المصرية الأولى (٢٢%) لكل منهما ، أبو ظبى (٢٠%)، العربية (١٩%) ، و LBC (١٧%) .
- وتشير هذه النتائج إلى الإقبال على متابعة القنوات الفضائية عامةً ، والإخبارية خاصةً فى مقدمتها قنوات الجزيرة، و MBC ، الفضائية المصرية الأولى، أبو ظبى ، والعربية .

٢ - دراسة "عبد الرحمن الشامى" (٢٠٠٢) بعنوان : " استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية "[(٢)] على عينة عشوائية قوامها ٥٠٠ مفردة من ثلاث مدن يمنية من البالغين ٢٠ عاماً فأكثر ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

(١) المركز العربى للبحوث والدراسات الاستشارية (بارك) : " الإعلام التلفزيونى الفضائى " . غير منشور. (القاهرة : بارك بالتعاون مع الشركة المصرية للأقمار الصناعية واتحاد الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٣) .

(٢) عبد الرحمن محمد سعيد الشامى . " استخدامات القنوات المحلية والدولية : الدوافع والإشباعات". رسالة دكتوراه . (القاهرة : كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، ٢٠٠٢) .

- يشـــاهد (٨٥,٨%) من عينة الدراسة القنوات الفضائية ، وتتراوح معدلات التعرض لديهم ما بين التعرض أحياناً (٥٤,٥%) ، والتعرض دائماً (٤٥,٥%) .
- يشاهد (٧٩,٧%) القنوات الفضائية فى المنزل، ويشاهدها عند الجيران (٢١,٧%) ، وفى الأماكن العامة (٦,٣%) .
- يشـــــاهد (٥٨,٧%) من عينة الدراســـة القنـــوات الفضائية العربية فقط، ويشاهد (٤١,٣%) القنوات الفضائية العربية والأجنبية معاً .
- أهم القنوات التى يقبل المبحوثون على مشاهدتها هى : MBC (٥٦,٦%) ، الجزيرة (٥٦,٤%) ، الفائية المصرية الأولى (٤١%)، LBC (٣١%) ، ART (٣٠,٣%) ، دبى (٢٣,٨%)، والمستقبل (٢١,٢%) .

٣ – دراســـة "سلاح رشاد الدواوسة" (٢٠٠٢) بعنوان " **استخدامات الجمهور الفلسطينى للقنوات الفضـــائية العربـــية والإشباعات المتحققة** "[1] على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من قطاع غزة بفلسطين ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يمـــتلك (٩٥%) من عينة الدراســـة جهـــاز استقبال القـــنوات الفضائية ، ويشاهد (٧٥,٢%) القنوات الفضائية العربية بشكل منتظم ويشاهدها أحياناً (٢٤,٨%) .
- أهم دوافع مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية ، هى : متابعة الأخبار والأحـــداث العـــالمية (٦٩,٣%) ، تتعـــرض للقضـــية الفلسطينية بشكل أعمـــق (٤٨,٢%) ، تساعد فى معرفة ثقافة الشـــعوب الأخـــرى (٣٩%) ، تزيد المعلومات والخبرات (٣٧%) ، وتعكس الأحوال الفلسطينية بموضوعية (٣٠%) .
- أهم القنوات الفضائية التى تحرص عينة الدراسة على متابعتـــها هى : الجزيرة (٧٥,٥١%) ، أبو ظبى (٦٧,٣%) ، MBC (٥٣,٣%)، الفضائية المصرية الأولى (٥٢,٥%)، المنار (٤٢,٣%)، وLBC (٣٦,٨%) .

٤– دراســـة "نائلة عمارة" و"توفيق يعقوب" (٢٠٠٢) بعنوان :" **ملامح الواقع الاتصالى فى قطر بعد ترخـــيص الأطباق الفضائية** "[2] على عينة غير احتمالية قوامها ٣٠٠ مفردة من القطريين ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

---

(١) سلاح رشاد الدواوسة . " استخدامات الجمهور الفلسطينى للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة". رسالة ماجستير . (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠٢).

(٢) نائلـــة عمـــارة و توفيق يعقوب . ملامح الواقع الاتصالى فى قطر بعد ترخيص الأطباق الفضائية . فى : مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجى . مرجع سابق . ص ص ١٦ — ٢١.

- اشتراك (٦٣,٣%) من المبحوثين عينة الدراسة فى نظام الكيبل القديم ، وأن (٢٦,٦%) لديها أكثر من ديكودر للكيبل ، بما يدعم حقيقة المشاهدة الانتقالية المجزأة من قبل الجمهور .
- أهم أسباب عدم امتلاك جهاز استقبال القنوات الفضائية لدى المبحوثين عينة الدراسة ، هى : الكيبل كاف (٤٧,٣%) ، يتعارض مع القيم الأخلاقية وتعاليم الدين (٢٦,٣%) ، التكلفة العالية (١٥,٧%) ، والاكتفاء بمتابعة التلفزيون القطرى (١٠,٥%) .
- أهم أسباب اقتناء طبق استقبال ، هى: الحصول على مزيد من القنوات وحرية الاختيار (٦٠,٨%) ، الكيبل مكلف وطبق الاستقبال أوفر (٣٢,٣%) ، لاستقبال محطة بلدى - عند المبحوثين الوافدين - (١٦,٣%) .
- تضع (٦٥,١%) من الأسر عينة الدراسة رقابة على المضامين ، التى تقدم فى الفضائيات ، مقابل (٣٤,٨%) من الأسر عينة الدراسة لا تضع رقابة ، وأهم أساليب الرقابة تتمثل فى : تشفير القنوات (٥٥,٧%) ، ومنع مشاهدة بعض القنوات (٣٣,٣%) ، والمنع والتشفير معاً (٨,١%) ، ووسائل أخرى منوعة (٢,٧%) .
- وتبين أن أهم الفئات المستهدفة من رقابة الأهل لمشاهدتهم القنوات الفضائية هى: المراهقون (٣٣,٣%) ، الأطفال (٢٨,٤%)، الأطفال والمراهقون معاً (٣٣,٣%)، وفئات أخرى (٤,٩%) .
- أوضح (٥١,٩%) من أفراد العينة أن مشاهدتهم للتلفزيون القطرى قلت بعد اقتناء أجهزة استقبال البث الفضائى ، بينما ذكر (٤٥,٥%) أن مشاهدتهم لم تتأثر ، وزادت مشاهدة (٢,٤%) للتلفزيون القطرى بعد امتلاك أجهزة استقبال القنوات الفضائية .

٥ - دراسة مروان خليل (١٩٩٩) بعنوان " **الأردنيون والغزو الثقافى** "[١] على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة ممن يمتلكون أجهزة استقبال البث الفضائى، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يتابع (٤٧,٨%) القنوات الفضائية ، منهم (٥٥,٥%) من الذكور و (٤٤,٥%) من الإناث .
- وتتمثل القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة فى : قناة LBC (٢٨,٨%) ، المستقبل (١٧,٣%) ، الفضائية المصرية (١٢,٣%) ، ART (١٢,٢%)، MBC (٨,٨%) ، دبى (٤,٨%) ، أوربيت (٣,٣%) ، أبو ظبى (٣%) ، والجزيرة (٢,٥%) .

---

(١) مسروان خلسيل وآخرون . " الأردنيون والغزو الثقافى " . فى : الدراسات الإعلامية ، العدد ٩٤ ، يناير - مارس ١٩٩٩ . ص ص ١١٢ - ١٢١ .

٦ - دراســة "انشــراح الشــال" (١٩٩٨) بعنوان : " **وسائل الإعلام فى إطار سيسيولوجية وقت الفراغ**"[1] على عينة قوامها ١١٥٧ مفردة من سكان المنطقة الغربية بالمملكة العربية السعودية فى مدينة جدة ومدن أخرى مجاورة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يمـتلك (٤٦,٨%) مـن المبحوثين جهـاز استقبال القنوات الفضـائية ، ويشـاهد (٥٢,٩%) القنوات الفضائية بصفة يومية ، وقد جاء يوم الخميس فى المرتبة الأولى من حيث نسبة مشاهدة العينة لبرامج القنوات الفضائية (٨١,٤%) ، يليه يوم الأربعاء (٦٥%) .
- جـاءت القنوات الفضائية العربية فى مقدمة القنوات التى يشاهدها المبحوثون - عينة الدراسة - ، وتبين أن (٥٠%) يشـاهدون أقل من ٥ قنوات ، و (٣٥%) يشـاهدون من ٥ - ١٠ قنوات ، (١٣,٦%) يشاهدون من ١٠ - ٢٠ قناة ، و (١,٤%) يشاهدون ٢٠ قناة فأكثر .
- أهم أسـباب التفكير فى شراء جهاز اسـتقبال القنوات الفضائية هى: معـرفة ما يحـدث فى العالم (٦٠,٢%) ، ومشـاهدة برامج لا يقدمها التلفزيون السعودى (٤٦,٢%)، مشـاهدة برامج أكثر (٤٣,٨%) ، ومشاهدة المنوعات العربية (٢٣,٣%) .

٧ - دراسة وزارة الإعلام الكويتية (١٩٩٨) بعنوان : " **آراء المشاهدين حول برامج القناة الفضائية الكويتية** "[2] على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة من البالغين (١٥ سنة فأكثر) من الموظفين والمقيمين العرب فى المحافظات الخمس بدولة الكويت ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يـتابع القنوات الفضائية (٩٣,٤%) من إجمالى أفراد العينة ، وكانت أهم القنوات الفضـائية التى يشاهدها المبحوثون ، هى: قناة **MBC** (٩٧,٥%)، المستقبل (٩٥,٣%) ، **LBC** (٩٤,٩%) ، دبى الفضـائية (٩١,٢%) أبو ظبى (٩٠,٨%) ، **ART** (٨٩,٣%) ، القناة الفضـائية البحرينية (٨٦,٩%) ، الجزيرة (٨٥%) ، القناة الفضائية المصرية الاولى (٨٤,٢%)، قناة عجمان الفضـائية (٨٤,٢%) ، والفضائية الكويتية (٨١,٨%) .
- يفضـل (٦٠,٤%) من أفـراد العينة متابعة القنوات الفضائية طوال أيام الأسبوع ، و(٣٠,٨%) يفضلون متابعتها خلال إجازة نهاية الأسبوع . .

---

(١) انشراح الشال . **وسائل الإعلام فى إطار سيسيولوجية وقت الفراغ** . مرجع سابق .

(٢) وزارة الإعـلام الكويتـية . **استطلاع آراء المشاهدين حول برامج القناة الفضائية الكويتية بتلفزيون الكويت** . (الكويت : وزارة الإعلام الكويتية ، ١٩٩٨) ص ص ٣ - ١٣ .

٨ – دراســة "محمــد معــوض" و"ياسين طه ياسين" (١٩٩٥) بعنوان " **موقف المشاهدين فى دولة الكويت من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير** "[١] على عينة عشوائية قوامها ١٦٠ مفردة، تم ســحبها من محافظات الكويت الخمس من البالغين ١٥ سنة فأكثر من الجنسين ، كما روعى فى العينة أن يكون نصفها من المصريين ونصفها الآخر من الكويتين ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشــاهد (٩٤,٤%) من العينة برامج القناة الفضائية المصرية ولايشاهدها (٥٥,٦%)، وأسباب عدم مشاهدهم هى: هناك قنوات أفضل من القناة الفضائية المصــرية (٥٣,٨%) ، لايوجد وقت لمشاهدهما (٥٢,٥%) ، لايرغــب فى إبــداء الأســباب (٥١,٩%) ، يكتفى بقراءة الصحف والمجلات المصرية والعربية (٥١,٢٥%)، ويكتفى بالاستماع للإذاعات المصرية والعربية والعالمية (٥٠,٦%) .
- تــزداد مشاهدة القناة الفضائية المصرية فى يوم أو أيام معينة عند (٥٧٣,٥%) وحسب الظروف التى يمرون بها عند (٥١١,٩%)، ويرى (٥١١,٩%) إنه لا يوجد يوم أو أيام محددة تزداد خلالها المشاهدة ، وأهم الأيام التى تزداد خلالها المشاهدة ، هى : الخميس (٥٩٧,٣%) ، الجمعة (٥٩٣,٧%) ، الأربعاء (٥٨٦,٥%) ، الاثنين (٥٨٥,٦%)، الأحد (٥٨٢,٩%)، السبت (٥٦٦,٧%) ، والثلاثاء (٥٦٤,٩%).
- تعتــبر فترة السابعة مساءً أكثر فترات المشاهدة عند (٥٥٠%) من عينة الدراسة، تليها الفترة ما بين الساعة الثانية عشرة إلى الساعة الثالثة بعد الظهر (٥٣٠%)، الفترة من التاســعة صباحاً (٥١٤,٦%) ، ويــبلغ متوســط عدد ساعات المشاهدة اليومية للقناة الفضائية المصرية فى الكويت ساعتين واثنتين وأربعين دقيقة .
- أهم نوعيات البرامج التى تفضل عينة الدراســة مشاهدهما ، هى : التمثيليات والمسلسلات العــربية (٥٧٨,٩%) ، الأفــلام العربية (٥٧٦,٣%)، البرامج الثقافية (٥٦٨,٤%)، المنوعــات (٥٦٥,٨%) ، أقوال الصحف ونشــرات الأخبار (٥٦٠,٥%) لكل منهما، المسرحيات (٥٥٥,٣%) ، الإعــلانات (٥٥١,٣%) ، الــبرامج الدينية (٥٥٠%) ، برامج الأسرة (٥٤٧,٤%) ، موجز الأنباء (٥٤٤,٧%) ، البرامج الإخبارية (٥٣٩,٥%)، قناة المعلومات (٥٣٦,٨%)، المباريات والبرامج الرياضية (٥٢٨,٩%) ، وبرامج الأطفال (٥٢٦,٣%) ، ويزداد إقبال المبحوثين الكويتيين على مشاهدة برامج الأطفال مقارنة بالمبحوثين المصريين (٥٣٦,٨%، ٥١٥,٨%) على التوالى .

---

(٢) محمــد معوض وياسين طه ياسين. **موقف المشاهدين فى دولة الكويت من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير: دراسة ميدانية** . (الكويت : مجلس النشر العلمى بجامعة الكويت ، ١٩٩٥) .

٩ – دراســـة "سوزان القليني" (١٩٩٤) بعنوان " **استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة**"[١] على عينة قوامها ١٨٠ مفردة من ثلاث دول عربية : مصر، المغرب ، والسعودية بواقـــع ٦٠ مفردة لكل دولة ، بمعاونة باحثين من المغرب والسعودية، **وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تبين ارتفاع نسبة تفضيل الفضائيات الأجنبية عن العربية (٥٣,٩% مقابل ٤٦,١%) ، بالإضافة إلى تأثير البيئة الثقافية والاتصالية للجمهور العربي على استخدامات القنوات الفضائية المختلفة .
- يشاهد القنوات الفضائية لمدة ثلاث ساعات فأكثر يوميًا (٥٥,٧%)، و (٣٤,٥%) يشاهدونها لمدة ساعتين ، و (٩,٨%) يشاهدونها مدة ساعة واحدة .
- أهم المـــواد والبرامج التي يفضل المبحـــوثون متابعتها بالقنوات الفضــــائية، هي : برامج المنوعـــات (٩٤%) ، البرامج الدينية (٩٠,١%) ، البرامج الثقافية (٨٨,٤%) ، البرامج الرياضية (٨٥,٩%) ، البرامج السياسية (٨٤,٦%) ، وبرامج الأطفـــال (٥٤,٤%).

١٠ – دراسة "انشراح الشال" (١٩٩٣) **بعنوان " قنوات للتلفزيون فضائية في عـــالم ثالث"**[٢] على عيـــنة قوامهـــا ٦٠ مفردة ، تتوزع على المصريين (٨٠%) والكويتيين (٢٠%) وجاءت نسبة الذكـــور والإناث في العينة (٥٦,٦% ، ٤٣,٣%) بالترتيب ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد جميع أفراد العينة التلفزيون ويعرفون القناة الفضائية المصرية ، وسمعوا عنها من المصادر المصرية بنسبة (٤٤,٨%) حيث تساوت الصحافة والإذاعة كمصادر للتعريف بها .
- يشاهد (٨٨,٣%) من أفراد العينـــة القناة الفضـــائية المصرية أكثر من أى قناة أخـــرى ، ويتابعها (٦٤,١%) ســـتة أيام عـــلى الأقـــل في الأســـبوع ، (٥٠,٧%) من ثلاثـــة إلى خمســـة أيام ، و (٣٠,٢%) من أفراد العينة يتابعونها حسب الظروف .
- يرضـــى (١٨%) مـــن أفـــراد العينة عن كل ما يقدم في القناة الفضائية المصرية ، مقابل (٢٨%) يرضون عن بعض ما يقدم فيها .
- أهـــم المـــواد والـــبرامج التي يشاهدها المبحوثون في القناة الفضائية المصرية ، هي : البرامج الدينية والترفيهية (٦٦%) لكل منهما ، البرامج الثقافية (٥٤,٧%) ، البرامج الإخبارية ونشـــرات الأخبار (٣٠,٢%) ، البرامج الرياضية (٢٦,٤%) ، وبرامج أخرى متنوعة (١٧%) .

---

(١) ســـوزان القليني . استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة . في : **مجلة البحوث والدراسات العربية** ، عدد ٣١ ، ديسمبر ١٩٩٤ . ص ص ١٣٧ –٢٠٢

(٢) انشـــراح الشـــال . **قنوات للتلفزيون فضائية في عالم ثالث** . (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٣) ص ص ٨٥ –١٤٥

(ب) دراسات حول علاقة الجمهور المصرى بالقنوات الفضائية:

١ - دراسة "ليلى حسين السيد" (٢٠٠٣) بعنوان: " **اتجاهات الجمهور نحو الفضائيات المصرية الخاصة**"(١) على عينة عمدية قوامها ٣٠٠ مبحوثاً من المقيمين فى مدينة القاهرة ويمتلكون أجهزة استقبال القنوات الفضائية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ تُعد قناة دريم الثانية هى أكثر القنوات الفضائية التى يحرص المبحوثون – عينة الدراسة – على مشاهدتها بصورة دائمة بنسبة (٥٤%) ، تليها قناة دريم الأولى بنسبة (٥٠%) ، وفى المقابل جاءت قناة ميلودى فى مقدمة القنوات الفضائية ، والتى لايرغب المبحوثون – عينة الدراسة – فى مشاهدتها بنسبة (٤١,٧%) ، يليها قناة المحور بنسبة (١٩%).

■ تُعد أغانى الفيديو كليب فى مقدمة المواد التى يرغب المبحوثون عينة الدراسة فى مشاهدتها بنسبة (٥٧%) ، تليها برامج الحوارات السياسية (٤٨%) ، البرامج الدينية (٤٧,٧%)، والأفلام العربية (٤٦%) ، برامج المرأة (١٩,٧%) ، وبرامج اتصالات المشاهدين (١٩%) .

■ إن (٤٥,٧%) من المبحوثين يطالبون بإنشاء قنوات فضائية خاصة متخصصة جديدة (دراما- ثقافة - تعليم – أخبار)، ونسبة (٣١,٧%) يطالبون بزيادة عدد الفضائيات المصرية الخاصة ، مقابل (١%) فقط يطالبون بإلغاء الفضائيات المصرية الخاصة .

٢ - دراسة "بركات عبد العزيز محمد" (٢٠٠٢) بعنوان " **التلفزيون كمصدر لمعرفة المغتربين المصريين بالانتخابات البرلمانية فى مصر** " (٢) على عينة عشوائية قوامها ٢١٨ مفردة من المصريين المقيمين بدولة الكويت ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:

■ أهم مصادر معرفة المبحوثين – عينة الدراسة – بمعلومات عن أحداث الانتخابات هى : القنوات التلفزيونية المصرية (٧١,١%)، قناة الجزيرة (٥٠,١%)، القنوات التلفزيوينة الكويتية (٤٨%) ، القنوات التلفزيونية العربية الأخرى (٤٥,٦%) ، والقنوات التلفزيونية الأجنبية (٣٤,٣%) .

■ إن (٢٤,٥%) فقط من المبحوثين – عينة الدراسة – كانوا على علم بأن الحزب الوطنى الديموقراطى قد خسر مقاعد أمام منافسيه من المرشحين المستقلين ، على الرغم من أن هذه المسألة كانت محل اهتمام واسع من جانب وسائل الإعلام الحكومية المصرية، قضية ترشيح المرأة فى الانتخابات (٨٤,٢%)، وقضية انضمام الأعضاء المستقلين إلى الحزب الوطنى بعد نجاحهم فى الانتخابات (٨١,٦%) .

---

(١) ليلى حسين السيد . اتجاهات الجمهور نحو الفضائيات المصرية الخاصة . فى: **مجلة بحوث الراى العام** ، العدد المزدوج ١-٢ لعام ٢٠٠٣.

(٢) بركات عبد العزيز محمد . " التلفزيون كمصدر لمعرفة المغتربين المصريين بالانتخابات البرلمانية فى مصر: دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين بدولة الكويت ". فى : **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الخامس عشر ، يونيو ٢٠٠٢ . ص ص ٦١ – ١٠٥.

٣ - دراسة ممدوح المشمشى (٢٠٠٢) بعنوان " **دوافع تعرض المشاهد المصرى للقنوات الفضائية فى دولـــة الامـــارات العربية المتحدة**"[١] على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من المصريين المقيمين بدولـــة الإمارات العربية المتحدة ، موزعة على الذكور (٥٤,٥%) والإناث (٤٥,٥%) ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تتســـاوى عـــند(٥٨%) من المبحوثين عينة الدراسة مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية ، ويفضـــل (٤٠,٥%) مشـــاهدة القـــنوات الفضائية العربية أكثر ، بينما يفضل (١,٥%) القنوات الفضائية الأجنبية أكثر .
- أهم فترات مشاهدة القنوات الفضائية عند المبحوثين – مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات – هى : فترة المساء (٦-١٠م) (٣٧%) ، فترة السهرة الأولى (١٠م- ١ص) (١٦,٥%) ، الفترة الصباحية (٦ص-١٢ظ) (٨%) ، فترة العصر (٣م-٦م) (٥,٥%) ، فترة الظهيرة (١٢ظ-٣م) (٤,٨%) ، وفترة السهرة الممتدة (١ص – ٦ص) (١,٧%) .
- يشاهد القنوات الفضـــائية دائما (٥٩%)، وأحيانًا (١٣,٧%) ، وحسب الظروف (٢٦,٥%) من عينة الدراسة .

٤ - دراســـة "هـــبة شاهين" (٢٠٠٢) بعنوان " **اتجاهات الرأى العام المصرى نحو أحداث الهجوم الأمـــريكى على أفغانستان – استطلاع للرأى العام** "[٢] على عينة عشوائية قوامها ٣٠٠ مفردة مـــن البالغين المصريين فى عينة من أحياء القاهرة ؛ حيث أجريت الدراسة فى الفترة من نهاية عام ٢٠٠١ وبدايات عام ٢٠٠٢ ، **وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تابع جميع المبحوثين عينة الدراسة أحداث الهجوم الأمريكى على أفغانستان ، وإن تفاوتت هذه النسبة ما بين: المتابعة المنتظمة بنسبة (٧٠%) ، والمتابعة غير المنتظمة بنسبة (٣٠%) من المبحوثين .
- أهم مصادر معرفة المبحوثين بأخبار الهجوم الأمريكى ، هى : التلفزيون المصرى (٥١%) ، الإذاعات المصـــرية (١٢,٣%) ، القنـــوات الفضائية العـــربية (١٢%) ، والصحف المصـــرية (٥,٧%) .
- قَيّم (٥٨,٧%) من المبحوثين تغطية وسائل الإعلام لأحداث الهجوم الأمريكى على أفغانستان بأنها جيدة ، مقابل (٣٧%) يرونها متوسطة ، و (٤,٣%) يرونها ضعيفة .

---

(١) ممـــدوح المشمشـــى . "دوافع تعرض المشاهد المصرى للقنوات الفضائية فى دولة الإمارات العربية المتحدة". رسالة دكتوراه . (المنيا : كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ٢٠٠٢)

(٢) هـــبة شاهين . اتجاهات الرأى العام المصرى نحو أحداث الهجوم الأمريكى على أفغانستان – استطلاع للرأى العام. فى : المؤتمر العلمى الثامن. (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢) ص ص ٨٨٩ — ٩٢٧.

- أهـــم أسباب اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام فى الحصول على معلومات حول أحداث الهجوم الأمريكى على أفغانستان ، هى : معرفة الأخبار بسرعة (٥٦%) ، فهم الأحداث من خلال شـــرح الأخبـــار وتحليلها (٤٨%) ، معرفة الأخــبار بدقة (٣٤,٣%) ، والتمـــيز بجرأة عرض الأخبـــار (١٨,٣%) .

٥ - دراسة "سلوى إمام" (٢٠٠١) بعنوان " أنماط مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات التلفزيونية"[1] واعتمدت على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة من مالكى أطباق الاستقبال الفضائى فى كل من محافظتى القاهرة والجيزة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يشـــاهد أغلـــب أفـــراد العينة القنوات الفضائية بصفة يومية ، وتحظى بعض القنوات العربية بنسبة مشاهدة عالية ، مثل : قناة **MBC** ، الفضائية المصرية، راديو وتلفزيون العرب ، والقنوات اللبنانية ، وتحظـــى كذلك بعض القنـــوات الأجنبيـــة بنســـبة مشـــاهدة عالية منهـــا: **CNN** ، **BBC** ، و**EURONEWS** ، كمـــا تبين أن القنوات الإخبارية تحظى بأعلى نسبة مشاهدة سواء للقنوات العربية أو الأجنبية.
- يشاهد المبحوثون عينة الدراسة المضامين التالية : الأفلام (٨٠,٥%) ، الأخبار والبرامج الإخبـــارية (٧٦,٨%) ، البرامج الرياضية (٤٢,٧%) ، برامج المنوعـــات (٣٧,٨%) ، الأغانى (٣٦,٦%) ، الإعلانات (٢٩%) ، المسلسلات (٢,٦%) ، والمواد الثقافية (٤,٩%) .
- يشـــترك (٢٠,٧%) من المبحوثين - عينة الدراسة - فى القنوات المشفرة، ولا يشترك (٧٩,٣%) فيها ، ومن أهم القنوات الفضائية العربية المشفرة التى يشترك المبحوثون فيها : **ART** (٨٩,٧%) ، وأوربيت (١٠,٣%) ، من أهم القنوات الفضـــائية الأجنبية المشفرة التى يشـــترك فيها المبحوثون: **SHOWTIME** بنســـبة (٦٤,٨%) .

٦ - دراسة "هبة أمين شاهين" (٢٠٠١) بعنوان : "استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية".[2] على عينة حصصية قوامها ٤٠٠ مفردة من المصريين البالغين من محافظة القاهرة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يشـــاهد (٥٠,٢%) ، القنوات الفضائية دائمًا، بينمـــا يشاهدها أحياناً (٤٩,٣%)، ويشـــاهدها (٥٥,٨%) من عينة الدراسة مع أفراد الأسرة .

---

(١)ســـلوى إمـــام . أنماط مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات التلفزيونية . فى : المؤتمر العلمى السابع. (القاهرة: كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١)

(٢) هـــبة أمين شاهين ."استخدامات الجمهور المصـــرى للقنوات الفضائية العربية". رسالة دكتوراه. (القاهرة: كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١)

- أهــم فــترات المشـــاهدة ،هـــى : فترة السهرة (٥٨%) ، فترة الظهـــيرة (١٤,٣%) ، والفترة الصـــباحية (٨%).
- أهم القنوات التى يفضل المبحوثون مشـــاهدتها ، هى : MBC (٤٧,٤٩%) ، LBC والجـــزيرة (٣٦,٦٩%) لكل منهما ، القناة الفضائية المصرية (٣٦,١٨%) ، وتأتى بقية القنوات بنسب أقل .
- جـــاءت الأخبار كأفضل المضامين التى تجذب انتباه المبحوثين(٦٥,٣%) ، تليها الأفلام والتمثيليات والمسرحيات بنسبة (٦٢,٨%) لكل منها ثم تأتى بقية المضامين بنسب أقل.
- يمـتلك أفراد العينة أجهزة فك الشفرة ، وتُعد مجموعة الأوائل فى مقدمة مجموعات القنوات المشفرة الـتى يشترك فيها المبحـــوثون (٦٩,١%)، تليها : مجموعة شـــوتايم (٣٩,٨%) ، مجموعة قنوات CNE (٣٦,٦%) ، ومجموعة أوربيت (٢٣,٦%) .
- أهـــم أسباب مشاهدة عينة الدراســـة للقنوات الفضائية العربية : التخلص من الملل (٥٨,٣%) ، الانفـــتاح عـــلى العالم (٤٤,٥%) ، التسلية والاسترخاء (٣٩,٣%) ، معرفة معلومات واكتساب خـــبرات جديدة (٢٢,٦%) ، برامج التلفزيون المصرى لا تعجبهم (٢١%) ، أفضل من القنوات الأخـــرى الموجـــودة عـــلى الدش (٢٠,٤%)، لإيجاد مادة للتفـــاعل الاجتماعى والحـــديث مع الأصدقاء (٨%) ، بحكم العـــادة (٦,٥%) ، واستخدامات العمل (٢,٥%) .
- وتتمثل أهم أوجه الاستفادة من مشاهدة القنوات الفضائية العربية فى : معرفة أخبار العالم والأحداث المهمة (٦٩,٢%) ، معرفة ثقافات جديدة والانفتـــاح على العالم (٤٥,٨%) ، التخلص من الملل والتسلية (٤١,٣%) ، القـــدرة على فهم الواقع (٣٢,٤%) ، القـــدرة على الحوار مع الآخـــرين (٢١,١%) ، تعـــلم مهـــارات جديـــدة (١٥,٥%) ، الاستفادة فى مجال العمل (١٣,٤%) ، والاندماج مع الشخصيات التى أشاهدها (١٢,١%) .

٧ - دراســـة اتحـــاد الإذاعـــة والتلفزيون (٢٠٠٠) بعنوان : "استخدام المشاهد المصرى للقنوات الفضائية "[١] على عينة قوامها ألف من مالكى أجهزة استقبال البث الفضائى فى ثمانى محافظات، تـــبين منها ارتفاع نسبة مشاهدى القنوات الفضائية العربية بين مالكى الدش (٩٢,٨%) ، وأهم القـــنوات الفضـــائية العربية المفضلة ، هى : الفضائية المصرية ، LBC ، قناة النيل الدولية ، دبى، ART ، MBC ، والجزيـــرة ، ويـــتابع القنوات الأجنبية (٤٦,١%) من عينة الدراسة . وأهم القنوات التى يشاهدونها : CNN وقنوات إسرائيل.

(١) اتحـــاد الإذاعة والتلفزيون المصرى . استخدام المشاهد المصرى للقنوات الفضائية العربية: دراسة غير منشـــورة . (القاهرة : اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى ، ٢٠٠٠) .

٨ – دراسة "حنان كمال كيلانى" (Hanan وKamal) (٢٠٠٠) بعنوان "**استخدام القنوات الدولية فى مصر** "[1] على عينة قوامها (٥٠١) مفردة من مالكى أطباق البث الفضائى من سكان القاهرة الكبرى ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يفضل الراشدون صغار السن (أقل من ٣١ سنة) الأفلام الأجنبية ، بينما يفضل الراشدون الكبار (مـــن ٣١– ٥٠ سنة) برامج المنوعات ، ويفضل أفراد العينة ذوو المستوى الاقتصادى الاجتماعى المـــرتفع مشـــاهدة الأفلام الأجنبية ، بينما يفضل أفراد العينة ذوو المستوى الاقتصادى الاجتماعى المنخفض الأفلام العربية .
- إن دوافع المبحوثين – عينة الدراسة – لمشاهدة القنوات الفضائية هى بالترتيب : التسلية ، والحصول على معلومات ، وهى بذلك تتنوع ما بين دوافع اعتيادية ونفعية، وتبين أن الإناث فى عينة الدراسة يتوقعن من القنوات الفضائية إشباع حاجاهن أكثر من الذكور.
- تفضـــل الإناث من المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع والمتوسط مشاهدة القنوات الفضائية مع الأسرة ، بينما لا تهتم الإناث من المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض بوضع المشاهدة .

٩ – دراســـة "نســـمة أحمـــد البطريق" (١٩٩٩) بعنوان "**القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية**"[2] على عينة قوامها ١٥٠مفردة من الذكور والإناث من المصريين البالغين.، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- إن دوافع شراء الدش بين أفراد العينة ، هى : الانفتاح على العالم الخارجى (٥٠%) ، القنوات المحلية هابطة المستوى (٢٣,٣%) ، بناءً على رغبة الأبناء (٦,٧%) ، ويشاهد (٨٠%) من عينة الدراسة أكـــثر مـــن ٢٠ قـــناة أجنبية ؛ مما يعنى السيطرة الثقافية للمضمون الأجنبى : الدرامى والترفيهى والإخـــبارى ، مما يساهم فى إبعاد الأفراد عن واقعهم الثقافى ، وتزيد احتمالات تهديد الأمن الثقافى والفكـــرى لديهم ، وجاءت القنـــوات الأوربية الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراســـة (٥٥,٣%) ، تليها القنوات الأمريكية (٣٦,٥%) ، وجاءت القنوات الروسية فى مركز متأخر بنسبة (١,٤%) .
- تراجع الاستماع إلى الإذاعة بعد امتلاك الدش بدرجة ملحوظة من (٦٩,٢%) ، إلى (٥٢%) فقط بعد اقتناء أفراد العينة للدش .

(1) Kamal . Hanan ."Usage of the international channels via direct broadcasting satellite in Egypt : case study In a sample of Egyptian users in greater Cairo". Ph.D (Cairo : f .of mass com , Cairo University, 2000)

(٢) نسمة أحمد البطريق . القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية : دراسة ميدانية على جمهور القنوات الفضائية فى مصر . فى كتابها : التلفزيون والمجتمع والهوية الثقافية . (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب. ١٩٩٩)

١٠ – دراســـة "حسن على محمد" (١٩٩٨) بعنوان " **التأثيرات الثقافية والاجتماعية للبث الاجنبى المباشـــر**"[١] على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الذين تتراوح أعمارهم ما بين ٢٠ – ٦٠ سنة . **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشـــاهد (٥٧%) من أفـــراد العينة برامج القنوات الفضائية بمفردهم ، ويشـــاهدها (١٣%) مع العائلة ، ويشاهدها (٣٠%) مع الأصدقاء . وأهم أسباب عدم المشاهدة العائلية عند الذين يشاهدون بمفـــردهم : الخجل من المشاهدة فى حضور الأهل (٢٩%)، حتى لا يشـــاهده الأطفال (٢٨%) ، مشاهدة كل البرامج دون حرج (٨%) ، ولما يتضمنه البث من مشاهد إباحية (٤%) .
- أهم المواد المفضلة لدى عينة الدراسة فى القنوات الفضائية هى : نشـــرات الأخبار والبرامج الإخبارية (١٨,٣%) ، البرامج الثقافية والعلمية (١٥,٥%) ، المسلسلات والأفـــلام الأجنبية (١٣,٧%)، المسلسلات والأفلام العربية (١١,٦%)، المنوعات والأغانى والموســـيقى (٨,١%) ، البرامج الدينية (٦,٧%) ، والمباريات والبرامج الرياضية (١,٨%) .
- أهـــم الإشباعات المتحققة من متابعة القنوات الفضائية ، هى : تنمية المعلومات الخاصة بالأحداث الدولية (٥٢,١%) ، تنميـــة الثقافة والمعـــلومات العامة (١٩%)، التســـلية والترفيه والاســـترخاء (١٧,٦%) ، تنمية المعلـــومات الخاصة بالأحـــداث المحليـــة (٤,٩%) ، وتمضية أوقات الفـــراغ (٤,٢%) .
- أهـــم نوعـــيات القنوات المفضلة هى : القنوات الأجنبية (٦٦%) ، القنوات المصـــرية (٢٤%) ، والقنوات العربية (١٠%) .
- يستفيد (٣٧,٥%) من المبحوثين من القنوات الأجنبية فى الحصول على المعلومات والترفيه (٢٩%)، ومواكبة الأحداث (٢٢,٥%) ، وتعلم لغات أجنبية (١١%) .
- يـــثير البـــث الأجنبى مناقشات بصفة عامة لدى (٤٠%) من عينة الدراسة ، ويثير عند (١٥%) ، مناقشات داخل الأسرة ، ويثير عند (٥٤%) مناقشات بين الأصدقاء .

١١ – دراســـة "محمـــد عبد البديع" (١٩٩٨) بعنوان "**أثر القنوات التلفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأســـرة المصرية**"[٢] على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة من مشاهدى القنوات الفضائية فى مدينتى القاهرة ودمياط، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:**

(١) حســـن عـــلى محمد . التأثيرات الثقافية والاجتماعية للبث الأجنبى المباشر : دراســـة ميدانية على عينة من جمهور مدينة القاهرة. فى: **مجلة البحوث الإعلامية** ، العدد المزدوج ١٥– ١٦ ، ١٩٩٨ . ص ص ٤١ – ٦٣.

(٢) محمد عبد البديع . "أثر القنوات التلفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية : دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينتى : القاهرة ودمياط". **رسالة دكتوراه** . (الزقازيق : كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، ١٩٩٨).

- يشاهد (٩٤,٣%) القنوات الفضائية ولا يشاهدها (٥,٧%) من عينة الدراسة ، وتتمثل أهم دوافع المشـــاهدة فى : معـــرفة ما يحدث فى الخـــارج (٣١,٦%) ، ومشاهدة برامج جيدة (٢٦,٤%) ، ومشـــاهدة برامج لا تسمح بها الرقابة المصـــرية (١٣,٦%) ، وشغل وقت الفراغ (١٣,٨%) ، وتحسين اللغة الأجنبية (١٤,٦%) .
- ويشاهد القنوات الفضائية يومياً (٢١,٩%) من عينة الدراسة، وخمسة أيام (١,٥%) ، وثلاثة أيام ومرة كل أسبوع بنسبة (٤,٦%) لكل منهما ، أربعة أيام (١,٣%) ، يومين (٦,١%) ، وحسب الظروف (٥٩,٧%) .
- أهم أيام المشاهدة هى : الخميس (٣٠,٢%) ، الجمعة (٢٨,٣%) ، الســبت (١٣,١%) ، الأحد (٩,٩%) ، الأربعاء (٨,٥%) ، الاثنين (٦,٣%) ، والثلاثاء (٣,٦%) .
- أهم أسباب زيادة المشـــاهدة خلال يوم معين: تذاع مواد وبرامج مفضلة (٣٦,٢%) ، يوم إجازتى (٢٧,٤%) ، لدى وقت فراغ خلال هذا اليوم (٢٤,٣%) ، ودون سبب محدد (١٢,١%) .

١٢ – دراســـة "محمد نبيل طلب" (١٩٩٨) بعنوان : **"تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهـــور المشـــاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية"**[1] على عينة قوامها ١٦٠ مفردة موزعة بالتساوى بين الحضر والريف ، وبين الذكور والإناث وتتوزع مفردات العينة من الفئات العمرية المختلفة ، التى تتراوح بين ١٨ و ٤٥ سنة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تفوق نسبة مشاهدة مفردات العينة للقنوات الفضائية على نسبة مشاهدتهم لقنوات التلفزيون المصرى؛ حيث تبلغ مشاهدة القنوات الفضائية (٨٨,٨%) ، مقابل (٨٣,١%) لقنوات التلفزيون المصرى .
- وترجع أسباب عدم مشاهدة التلفزيون المصرى لدى عينة الدراسة إلى عدة أسباب ، أهمها : تفضيل مشاهدة القنوات الفضائية (٥٥,٦%) ، تواضع مســـتوى البرامج (٣٣,٣%) ، وعدم وجود وقت فراغ كاف لدى المبحوثين (١١,١%) .
- أهم أسباب عدم مشاهدة القنوات الفضائية لدى **عينة الدراسة** ، هى: عدم وجود وقت كاف لدى المـــبحوثين للمشاهدة (٦٦,٧%) ، وتفضيل مشاهدة التلفزيون المصرى (١٦,٧%) ، وعدم الرضا عن مضمون هذه القنوات (١١,١%) .

---

(١) محمد نبيل طلب. تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية: دراسة ميدانية مقارنة فى ريف وحضر محافظتى القاهرة والمنيا . فى: مجلة كلية الآداب ، جامعة الزقازيق، العدد ٢٢، أكتوبر ١٩٩٨ . ص ص ٣٧٣ – ٤٠٣.

١٣ - دراسة "وليد فتح الله بركات" (١٩٩٧) بعنوان : " **القنوات التلفزيونية المتخصصة فى عيون جمهـــور المتعـــلمين** " [١] عـــلى عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة بمدينة القاهرة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يوافق (٨٥,٨%) على إنشاء قنوات متخصصة، مقابل (١٤,٢%) يرفضون إنشاء قنوات متخصصة.
- يرغـــب المبحوثون الموافقون على فكرة إنشاء قنوات متخصصة فى نوعيات معينة من هذه القنوات منها : قناة دراما (٥٤,٥%) ، قناة رياضـــية (٣٩,١%) ، قناة منوعات (٣٧,٦%)، قنـــاة أخبار (٣٢,١%) ، قـــناة ثقافية (٢٦,٨%) ، قناة اطفال (٢٤,٥%) ، قناة تعليمية (٢١,٣%) ، وقناة دينية وقناة للأسرة والمرأة (١٦,٦%) لكل منهما .
- يفضـــل (٦٣%) الاشـــتراك فى القـــنوات المتخصصة إذا كانت مشفرة ، أما النسبة الباقية ترفض الاشتراك للأسباب التالية : الرغبة فى تجربة هذه القنوات قبل الاشتراك فيها ، ضعف المقدرة المالية ، الاكتفاء بالقنوات الفضائية المفتوحة ، وأن هذه القنوات ستكون شبيهه بالقنوات المصرية الأرضية .
- يفضـــل (٧٥%) أن تمزج هذه القنوات بين المضمون الأجنبى والعربى ، ويفضل (٢٠%) أن تقدم مضامين مصرية فقط ، ويفضل (٢,٥%) أن تقدم مضامين مستوردة فقط .

١٤ - دراسة "عاطف العبد" (١٩٩٥) بعنوان : " **استطلاع رأى الجالية المصرية بسلطنة عمان حول القـــناة الفضـــائية المصرية : دراسة ميدانية بالهاتف** " [٢] على عينة عشوائية طبقية بأسلوب الـــتوزيع المتساوى قوامها ٢٠٠ مفردة موزعة على : موظفى الخدمة المدنية ، وموظفى القطاع الخاص ، وربات البيوت ، وطلاب الإعدادى والثانوى . **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :**

- – يشـــاهد القناة القضائية المصرية بصفة منتظمة (٩٥%) من المبحوثين ، وتزداد المشاهدة المنتظمة لدى الإناث عن الذكور .
- يوجد يوم أو أيام تزداد خلالها مشاهدة القناة الفضائية المصرية عند (٩٢,٥%) من مفردات العينة ، وأهم الأيام التى تزداد خلالها المشاهدة : الجمعة (١٠٠%) ، الخميس (٩٣%) لأنهما يوما إجازة .
- أهـــم المواد والبرامج المفضلة هى : الأفلام العربية (١٠٠%) ، نشرة الأخبار (٩٨,٥%) ، برنامج صباح الخير يامصر (٩٧,٥%) ، والمسرحيات (٩٦,٥%) .

---

(١) ولـــيد فـــتح الله بركات . القنوات التلفزيونية المتخصصة فى عيون جمهور المتعلمين . فى : **مجلة النيل** . عدد ٦٩ ، ١٩٩٧ . ص ص ١٣١ - ١٤٥ .

(٢) عاطف العبد. استطلاع رأى الجالية المصرية بسلطنة عمان حول القناة الفضائية المصرية . فى كتاب : عاطف العبد ، فوزية العلى . **دراسات فى الإعلام الفضائى** . (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٥)

■ أهم دوافع مشاهدة الفضائية المصرية ، هى : الارتباط بالوطن الأم ، معرفة أخبار مصر ، تقليل الشعور بالبعد عن الوطن (١٠٠٪) لكل منهم ، مشاهدة الأعمال الدرامية المصرية (٨٠٪) ، ومشاهدة المباريات (٧٨٪) .

■ أهم أشكال تأثير متابعة القناة الفضائية المصرية ، هى : انخفاض قراءة الصحف اليومية المصرية عند (٩٠٪) من العينة، والاستماع لمحطات الإذاعة المصرية عند كل أفراد العينة ومشاهدة القنوات الأخرى عند (٩٢,٥٪) من العينة ، وعدم استمرار الاشتراك فى أندية الفيديو ؛ حيث لم يجدد (٧٣,٧٪) من العينة اشتراكهم فى أندية الفيديو .

١٥ – دراسة "انشراح الشال" (١٩٩٤) بعنوان : " **بث وافد على شاشات التلفزيون** " [1] على عينة قوامها ١٧٣ مفردة بالقاهرة من مشاهدى البرامج الوافدة عبر الأقمار الصناعية ، وتبين أن نمطى حيازة أجهزة التقاط الأقمار الصناعية : الحيازة الجماعية (٣٥,٨٣٪)، والحيازة الخاصة (٦٣,١٧٪) ، وتقارب حيازة الهوائيات الصغيرة التى يصل قطرها إلى أقل من مترين (٤٦,١٪) ، والمتوسطة التى يتراوح قطرها ما بين مترين وثلاثة أمتار (٥١,٣٢٪) .

■ وتبين أن أهم أسباب حيازة هوائيات استقبال القنوات الفضائية ، هى : رغبة رب الأسرة فى معرفة الأحداث ، ومشاهدة برامج جيدة والتسلية ، كما تبين ارتفاع نسبة التعرض اليومى للقنوات الأجنبية بنسبة (٥٥٪) .

١٦ – دراسة "سها فاضل" (١٩٩٤) بعنوان: " **أطباق استقبال البث المباشر وتأثيرها على الجمهور المصرى : دراسة ميدانية** " [2] على عينة قوامها ٢٨ مفردة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ يمتلك (٦٤٪) من عينة الدراسة جهاز استقبال القنوات الفضائية منذ عام ، ويمتلك (٢٩٪) منذ مدة ٦ أشهر ، ويمتلك (٧٪) منذ فترة طويلة .

■ أهم دوافع شراء جهاز استقبال القنوات الفضائية ، هى : مشاهدة المحطات العربية (٢١٪) ، ومشاهدة المحطات الأجنبية (٦٪) ، والتسلية وإتاحة فرص أكبر للاطلاع على الثقافات الأخرى ، وامتلاك قنوات أكثر (٧٪) لكل منها .

---

(١) انشراح الشال . **بث وافد على شاشات التلفزيون** . (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٤) .

(٢) سها فاضل . أطباق استقبال البث المباشر وتأثيرها على الجمهور المصرى: دراسة ميدانية . فى : **مجلة كلية الآداب** ، جامعة الزقازيق ، العدد الحادى عشر ، أبريل ١٩٩٤ . ص ص ١٢٩ – ١٥٠ .

- أهم القنوات التى يشاهدها المبحوثون ، هى : القنوات المصرية (٩٢%) ، القنوات العربية (٧٢%) ، والقنوات الأوروبية والأمريكية (٦٤%) .
- أهم المواد التى تحظى بالمشاهدة فى القنوات الفضائية ، هى : الأخبار (١٠٠%)، الأفلام (٦٤%) ، والمسلسلات والبرامج العلمية (٥٠%) لكل منهما .

(جـ) دراسات حول علاقة الصفوة بالقنوات الفضائية :

١ - دراسة "خالد صلاح الدين" (٢٠٠٤) بعنوان : " **اتجاهات النخبة المصرية نحو إدراة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية فى إطار مدخل إدارة الصراع** " [(١)] على عينة متاحة قوامها ٢١٠ مفردة من النخب المصرية الأكاديمية والسياسية والإعلامية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- إن النخبة المصرية تعتقد أن قناة الجزيرة كانت الأكثر التزاماً بطرح البعد الجمعى للهوية العربية ؛ حيث دأبت على بث مشاعر التوحد بين الشعوب العربية .
- إن النخبة المصرية تعتقد أن القنوات الإخبارية الثلاث (الجزيرة والعربية والنيل للأخبار) قد دأبت على توظيف نمط الصراع المصيرى فى إدارة الأزمة العراقية ، بينما وظفت نمط الصراع الثانوى فى إدارتها لأزمة الجدار الفاصل فى الأراضى المحتلة .
- توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين المجموعات البحثية الثلاث للنخبة المصرية (الأكاديميون والسياسيون والإعلاميون) من حيث تقييمهم لوعى القائم بالعمل الإخبارى فى القنوات الثلاث بأبعاد الهوية العربية حول إدارته للأزمة العراقية .

٢ - دراسة "خالد صلاح الدين" (٢٠٠٣) بعنوان " **اتجاهات الجمهور الإعلامية نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة فى مصر** " [(٢)] على عينة قوامها ٣٠٠ مفرده بمدينتى القاهرة والجيزة ، وعينة متاحة قوامها ١٥٠ مفردة من الإعلاميين العاملين بالصحف وقطاعات التلفزيون المختلفة ، **وقد توصلت الدراسة – فيما يتصل بالجمهور العام – إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- أهم القنوات الفضائية الخاصة لدى عينة الجمهور العام ، هى : دريم الأولى ودريم الثانية (٩٩,٧%) لكل منهما، المحور (٩٠,٦%)، ميلودى (٧٨%)، مصر سات السياحية (٣٨%) ، وتميمة للتسويق (٤٢%) .

---

(١) خالد صلاح الدين . اتجاهات النخبة المصرية نحو إدراة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية فى إطار مدخل إدارة الصراع . فى : **المؤتمر العلمى السنوى العاشر . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٤)** .

(٢) خالد صلاح الدين . اتجاهات الجمهور الإعلامية نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة فى مصر. فى : **المؤتمر العلمى السنوى التاسع . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣)** . ص ص ٦٦٣ – ٧٤٥ .

- يفضل (٥١,٣%) من عينة الجمهور العـــام الأخبار والبرامج الإخبـــارية، وتليها الأغانى المصـــورة (٨٩,٧%) ، الأفلام والمسلسلات (٨٩%)، وبرامج المنوعات (٨٦,٧%) .

٣ - دراسة "فدوى محمود الجعبرى" (٢٠٠٣) بعنوان : " **استخدامات المثقفين العرب لقناة فلسطين الفضـــائية** "[1] عـــلى عينة قوامها ١٠٠ مبحوثاً من المثقفين أعضاء المجلس الأعلى للثقافة بمصر وأعضاء اتحاد الكتاب فى فلسطين ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشـــاهد (٧٢%) مـــن المبحوثين عينة الدراسة قناة فلسطين الفضائية أحياناً ، ويشاهدها (٢٢%) بشكل منتظم .
- أهـــم أسباب المبحوثين لمشاهدة قناة فلسطين الفضائية ، هى : معرفة الأخبار والأحداث الجارية من وجهة نظر فلسطين (٧٦,٦%) ، فهم الواقع الفلسطينى (٤٧,٧%) ؛ لأن المشاهدة تقوى ارتباطى بأهل فلسطين (٣١,٩%)، ولأنها تتناول أهم مشكلات المجتمع الفلسطينى (٢٩,٨%) .
- أهم البرامج المشاهدة فى قناة فلسطين الفضائية ، هى : نشرات الأخبار (٢٧,٧%) ، برنامج وجهاً لوجه وبرنامج صباح الخير ياقدس (٢٦,٦%) لكل منهما، والملف السياسى (٢٣,٤%) .
- أهم القنوات الفضائية الأخرى المشاهدة لدى المبحوثين عينة الدراسة، هى : الجزيرة (٨١,٩%)، أبو ظـــبى (٦٢,٨%)، الفضائية المصرية(٢٩,٨%)، MBC (٢٦,٦%)، المنار (٢٠,٢%) ، ودريم ٢ والمستقبل (٩,٦%) لكل منهما .

٤ - دراســـة "وليد فتح الله" (٢٠٠٣) بعنوان : " **تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى فى القنوات التلفزيونـــية العربية** "[2] على عينة عشوائية طبقية قوامها ٢٠٠ مفردة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعـــات المصرية ، موزعين على أربع جامعات، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- جـــاءت الأخبار فى صدارة البرامج المفضـــلة لدى المبحوثين عينة الدراســـة بنسبة (٩٢,٥%) ، ثم الأفلام (٨٢%) ، المسلسلات (٧٧,٥%) ، والبرامج الحـــوارية (٧٣%) .
- أهـــم القنوات التلفزيونية المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة، هى : التلفزيون المصرى (٩٤%) ، قناة الجزيرة (٨٨%) ، قناة LBC (٥١,٥%) ، MBC (٤٩,٥%) ، وقناة دريم (٤٤%) .

---

(١) فـــدوى محمود الجعـــبرى . "استخدامات المثقفين العرب لقناة فلسطين الفضائية". رسالة ماجستير . (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠٣) .

(٢) وليد فتح الله . تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى فى القنوات التلفزيونية العربية . فى : مجلة بحوث الرأى العام ، العدد المزدوج ١ - ٢ لسنة ٢٠٠٣ .

■ يـتابع (٩٠%) من المبحوثين عينة الدراسة برامج الرأى العام فى القنوات التلفزيونية العربية ، وأهم هــذه الــبرامج ، هى : برنامج الاتجاه المعاكس (٨٨,٩%) ، برنامج أكثر من رأى (٦٦,١%) ، وحوار فى الرياضة (٢٧,٢%) .

٥ - دراســة "هويــدا مصــطفى" (٢٠٠٢) بعنوان " **اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصرى لأحــداث ١١ سبتمبر وتداعياتها** " [1] على عينة من الصفوة المصرية بلغ عددها ١٠٠ مفردة ، شملــت الصــفوة الثقافــية والإعلامية والأكاديمية وذوى المناصب القيادية فى التخصصات المهنية المختلفة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها** :

■ يعــتمد (٦٣,٩%) من عينة الدراسة على وسائل الإعلام المصرية كمصدر للمعلومات عن أحداث ١١ سبتمبر بشكل غير منتظم ، بينما يعتمد (١٩,٤%) عليها بشكل منتظم .

■ أهــم الوسائل الإعلامية التى اعتمد عليها المبحوثون عينة الدراسة ، هى : التلفزيون (٤٢,٧%) ، الصــحافة (٢٥%) ، والإذاعة (١٦%) ، وجاءت الفضائيات العربية فى مقدمة وسائل الإعلام غير المصرية التى تم الاعتماد عليها من قِبَل عينة الدراسة بنســبة (٢٥,٣%) فى متابعتهم لأحداث ١١ سبتمبر وتراوحت درجات المتابعة : ما بين المتابعة الدائمة (٥٤,٥%) ، والمتابعة أحياناً (١٦%) ، وجاءت قناة الجزيرة كأكثر القنوات مشاهدةً .

٦ - دراســة "أيمــن محمــد حبيــب" (١٩٩٧) بعنوان : " **تأثير الشبكات والقنوات الفضــائية التليفزيونية التى تســتقبلها منطقة الخليج العــربى على تطوير الخدمة الإخبارية فى التلفزيون الســعودى** "[2] حيــث تضمنت دراسة ميدانية على عينة من صفوة المجتمع السعودى بلغت ٥٠ مفــردة ، تم اختـــيارهم من الأكاديميين فى الجامعات السعودية ، ومن العاملين فى المجال الإعلامى وكتاب الصحف والأدباء والمفكرين ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها**[*] :

■ يشاهد (١٠%) من أفراد العينة التلفزيون السعودى دائماً، و (٢٢%) غالباً ، وأحيــاناً (٦٠%)، ولا يشاهده (٤%) .

---

(١) هويــدا مصطفى . اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصرى لأحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها : دراسة استطلاعية عــلى عيــنة من الصفوة المصرية . فى : **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام** ، المجلد الثالث، العدد الرابع، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٢ . ص ص ٥٣ - ١٠٨ .

(٢) أيمــن محمــد حبيب . "تأثير الشبكات والقنوات الفضائية التلفزيونية التى تستقبلها منطقة الخليج العربى على تطوير الخدمة الإخبارية فى التلفزيون السعودى" . **رسالة دكتوراه.** (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٧)

(*) كمــا أجــرى دراسة على القائم بالاتصال على جميع العاملين فى قطاع الأخبار بالتلفزيون السعودى ، CNN، MBC ، القــناة الفضــائية المصــرية ، الفضائية الكويتية ، الفضائية المغربية ، الفضائية الأردنية ، دبى الفضائية ، والتلفزيون السعودى.

■ أهـــم دوافـــع المشاهدة لدى الصفوة – عينة الدراسة – معرفة الأحداث المحلية (٢٨,٧%) ، زيادة المعرفة بالأحداث فى العـــالم (٦,٩%)، وتفيد فى زيادة القدرة على إدارة النقاش وإثراء المعـــلومات (٣,٩%) .

■ ويرى (١١,٨%) من عينة الدراسة أن نشرات الأخبار فى التلفزيون السعودى تزيد المعرفة بالأحداث المحلية .

٧ – دراســـة "عـــادل عبد الغفاز" (١٩٩٥) بعنوان " **استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحـــلى والدولى** "[1] على عينة قوامها ١٥٠ مفردة ، تم اختيارهم وفق معايير المنصب القيادى فى تحديد أفراد الصفوة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ ترتفع نسبة المشـــاهدة لقنوات التلفزيون الـــدولى بين مالكى أطباق اســـتقبال البث الفضـــائي إلى (١٠٠%) ، بينما تصل نسبة مشاهدة التلفزيون المحلى إلى (٩٤,٧%) .

■ تبين أن الإعلاميين والسياسيين أكثر استخداماً للراديو الدولى عن الجامعيين ، كما أن أفراد العينة من ذوى التخصصـــات الاجتماعـــية والإنســـانية أكثر استخداماً للراديو المحلى من نظرائهم من ذوى التخصصات التطبيقية .

■ جـــاء المضمون الإخبارى على رأس قائمة البرامج ، التى يحرص أفراد العينة على متابعتها فى الراديو والتلفزيون المحليين والدوليين ، وجاءت القناة الأولى فى المركز الأول بالنسبة للتلفزيون المحلى ، بينما جاءت قناة CNN فى المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الدولية .

■ تشـــغل دوافع التسلية والترفيه ومشاهدة الأعمال الدرامية نسبة كبيرة بين دوافع مشاهدة التلفزيون المحلى ، حيث تكرر دافع التسلية والترفيه بين أفراد العينة بنسبة (٢٨,٩%) ، وتكرر دافع مشاهدة التلفزيون المحلى بغرض مشاهدة الدراما العربية والأجنبية بنسبة (٤٧,٢%) .

(د) دراسات حول علاقة الشباب بالقنوات الفضائية :

١ – دراسة "حسن على محمد" (٢٠٠٤) بعنوان : " **استخدامات الشباب الجامعى للقنوات الفضائية الغنائـــية والإشباعات المتحققة** "[2] على عينة عمدية من شـــباب الجامعات المصـــرية قوامها (١٥٠) مفردة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

---

(١) عادل عبد الغفار. " استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلى والدولى" . رسالة ماجستير. (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٥)

(٢) حسن على محمد . استخدامات الشباب الجامعى للقنوات الفضائية الغنائية والإشباعات المتحققة : دراسة ميدانية . فى : المؤتمر العلمى السنوى العاشر . مرجع سابق .

- تـــرتفع معدلات مشـــاهدة القنوات الفضائية بين طلاب جامعة ٦ أكتوبر لتصل إلى (١٠٠%) من عيـــنة الدراســـة ، تليها نسبة المشاهدة بين طلاب جامعة القاهرة (٩٠%) ، بينما نلاحظ انخفاضاً ملحوظاً فى معدل المشاهدة لدى طلاب جامعة المنيا بنسبة (٧٨%) .
- أهم دوافع مشاهدة الشباب الجامعى عينة الدراسة للفضائيات الغنائية ، هى بالترتيب : دافع التسلية يليه دافع مراقبة البيئة .
- تغلـــب الدوافع النفعية لدى شباب الجامعات الحكومية فى علاقتهم بالفضائيات الغنائية الحكومية ، مقارنةً بتعاظم الدوافع الترفيهية لدى شباب الجامعات الخاصة .

٢ – دراســـة "حسين أبو شنب" (٢٠٠٤) بعنوان "**اتجاهات الشباب الفلسطينى نحو الأغانى المصورة وعلاقتها بالهوية الفلسطينية** "[١] على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من الطلاب والطالبات من ثلاث جامعات فلسطينية فى قطاع غزة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشـــاهد (٦٧%) مـــن المبحوثين – عينة الدراسة – الأغانى المصورة فى القنوات الفضائية الغنائية ، ويشاهد (٥٠,٢%) منهم لأقل من ساعة يوميًّا .
- جاءت قناة ميلودى فى المركز الأول بنسبة (٤٤,٨%) ، تليها قناة روتانا (٢٠,٩%) ، وقناة دريم الأولى (١٢,٤%) .
- يـــرى المبحوثون أن الأغانى المصورة تؤثر على القيم بوجه عام ، ولكنها لاتؤثر على الانتماء الوطنى بشكل عام .

٣ – دراسة "عزة الكحكى" (٢٠٠٤) بعنوان : "**القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم**" [٢] على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الشـــباب العربى فى مرحلة المراهقة (١٥–٢١ سنة) ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- ارتفعت معدلات تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية الأجنبية ، وكانت الفروق دالة بين الذكـــور والإناث فى كثافة التعرض ؛ حيث كان الذكور أكثر تعرضاً لتلك القنوات من الإناث ، وعـــلى الرغم من معدل المشاهدة المرتفع إلا أن (١١%) فقط من العينة يفهمون المضمون المقدم ، وتكتفى بقية النسبة بمتابعة الصورة فقط .

---

(١) حســـين أبو شـــنب . "اتجاهات الشباب الفلسطينى نحو الأغانى المصورة وعلاقتها بالهوية الفلسطينية ". فى : المؤتمر العلمى السنوى العاشر . مرجع سابق .

(٢) عـــزة الكحكـــى . القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربى فى مرحلة المراهقة . فى : المؤتمر السنوى العاشر . مرجع سابق .

- تقدمت شبكة CNN فى معدلات مشاهدة عينة الدراسة لها ، تليها BBC ثم جاءت بنسب متفاوتة القنوات الهندية والتركية والفرنسية والإسرائيلية والإيطالية ثم القبرصية.

٤ – دراسة "محمد هلال محمد" (٢٠٠٣) بعنوان : " **استخدامات الشباب الجامعى للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم فى مجتمع الصعيد** " [(١)] على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب وطالبات جامعتى : أسيوط والمنيا ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد القنوات الفضائية بإنتظام (٨٠,٥%) من المبحوثين – عينة الدراسة – ويشاهدها (١٩,٥%) بصفة غير منتظمة .
- تحتل القنوات الفضائية العربية المرتبة الأولى فى تفضيلات المبحوثين – عينة الدراسة – بنسبة (٧٥,٥%) مقابل (٢٤,٥%) ، يشاهدون القنوات الفضائية العربية والأجنبية معاً .
- أهم القنوات الفضائية العربية المشاهدة لدى المبحوثين عينة الدراسة، هي: قناة الجزيرة، قناة MBC، قناة LBC ، وقناة ART الرياضية .
- أهم القنوات الفضائية الأجنبية المشاهدة لدى المبحوثين عينة الدراسة، هى: Super Movies ، Sat - Pol ، BBC ، CNN ، و Euro News .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للشباب الجامعى فى مجتمع الصعيد والإشباعات التى يحققها التعرض للقنوات الفضائية سواء العربية أو الأجنبية .

٥ – دراسة اتحاد الإذاعة والتلفزيون بالتعاون مع مركز بحوث الرأى العام (٢٠٠٢) بعنوان "**الشباب المصرى والتلفزيون : محددات السلوك الاتصالى وعاداته** " [(٢)] على عينة عشوائية قوامها ٢٠٠٠ من الشباب ، الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٥-٣٥ سنة من عشر محافظات مصرية تمثل الحضر والريف ومحافظات الحدود.

وأهم ما توصلت إليه هذه الدراسة – فيما يتصل بالقنوات الفضائية – ما يلى :

- يشاهد التلفزيون (٩٦,٣%) من عينة الدراسة ، ويمضى (٦٣,١%) من أفراد العينة ما بين ساعتين إلى خمس ساعات يومياً فى المشاهدة ، و (٣٠,٨%) أكثر من خمس ساعات .

---

(١) محمد هلال محمد. " استخدامات الشباب الجامعى للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم فى مجتمع الصعيد". رسالة ماجستير . (أسيوط : كلية الآداب ، جامعة اسيوط ، ٢٠٠٣) .

(٢) اتحاد الإذاعة والتلفزيون ومركز بحوث الرأى العام . "الشباب المصرى والتلفزيون : محددات السلوك الاتصالى". غير منشور . (القاهرة : الاتحاد ، ٢٠٠٢) .

- ويشـــاهد (٥٦,٤%) من مشاهدى القنوات الفضائية قنوات النيل المتخصصة ، وأهم القنوات التى يقبلون على مشاهدتها : قناة النيل للأخبار (٧٤,٢%) ، قناة النيل للمنوعات (٤٨,٨%) ، قنـــاة النيل للرياضـــة (٤٨,٢%) ، وقناة النيـــل للدراما (٤٧,٥%) .
- ويشاهد (٧٧,٧%) من مشاهدى القنوات الفضـــائية القنوات العربية ، ومن أهمها قنوات : الجزيرة (٦٨,٤%) ، MBC (٣٤,٧%) ، و LBC (٢٥%) .
- وتنخفض مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى (٢٥,٥%) من مشاهدى الفضائيات ، وأهم هذه القنوات : TVL ، TV5 ، MTV ، و CNN .
- وتتنوع الإشباعات التى يحققها الشباب المصرى من متابعتهم للقنوات الفضائية المصرية والعربية ؛ إذ تشـــبع حاجـــتهم إلى الأخبار والتوجيه والثقافة والتسلية ، فى حين يغلب على مشاهدى القنوات الفضائية الأجنبية إشباع حاجاتهم للتسلية والترفيه .

٦ – دراسة "حنان أحمد سليم" و"حسام على سلامة" (٢٠٠٢) بعنوان : " **علاقة طلاب الجامعات فى صـــعيد مصر بالقنوات الفضائية** "[١] على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة من الطلاب المصريين فى جامعة أسيوط الذين يمتلكون جهاز استقبال القنوات الفضائية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد القنوات الفضـــائية (٥٧%) من المبحوثين عينة الدراسة أحياناً ، ويشاهدها (٤٣%) بشكل منتظم .
- يشاهد (٥٥%) من المبحوثين عينة الدراسة القنوات الفضائية المصـــرية العربية والأجنبية ، ويشاهد (٤١%) منهم القنوات الفضائية المصرية والعربية فقط ، ويشاهد (١,٥%) القنوات الفضائية العربية فقـــط ، ويشـــاهد (١%) القنوات الفضائية المصرية فقط ، ويشاهد (٠,٥%) القنوات الفضائية الأجنبية فقط .
- أهم القنوات الفضائية المصـــرية المشاهدة لدى المبحوثين عينة الدراســـة ، هى : قنـــاة دريم الأولى (٧٨,٤%) ، قناة دريم الثانية (٦٧,٥%)، القناة الفضائية المصرية (٥١%)، قناة المحور (٤٧,٤%)، القناة الفضائية المصرية الثانية (٤٣,٣%) ، وقناة النيل للأخبار (٣٠,٩%).
- أهم القنوات الفضـــائية العربية المشـــاهدة لدى المبحوثين – عينة الدراســـة – هى : قنـــاة LBC (٦٢,٦%) ، قناة MBC والجزيرة (٦١,١%) لكل منهما ، قناة اقرأ (٤٩%) ، قنـــاة المستقبل (٣٧,٤%) ، قنـــاة دبى (٢٨,٨%) ، قنـــوات ART (٢٢,٢%) ، وقنـــاة ANN الإخبـــارية (١٩,٢%) .

---

(١) حنان أحمد سليم وحسام على سلامة . علاقة طلاب الجامعات فى صعيد مصر بالقنوات الفضائية . فى : **مجلة كلية الآداب بأسيوط** ، العدد التاسع ، يناير ٢٠٠٢ . ص ص ١ – ٩٢ .

٧ - دراسة "فوزية العلى" (٢٠٠٢) بعنوان : " **عادات وأنماط تعرض الجالية الإماراتية فى بريطانيا للقنوات الفضائية**"[١] على عينة قوامها ٦٥ طالباً وطالبة من الإماراتيين الذين يدرسون فى بريطانيا لنيل الشهادة الجامعية ، ويشكلون (٤٩,٢%) من العينة أو الدراسات العليا ويشكلون (٥٠,٨%) من العينة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد القنوات الفضائية الإماراتية بصفة منتظمة (٨٣%) من المبحوثين ، ويشاهدها أحياناً (١٧%) ممن أجريت عليهم الدراسة.
- تتمثل أهم أسباب ازدياد المشاهدة للقنوات الفضائية الإماراتية خلال أيام معينة عن بقية أيام الأسبوع فى : يوم الإجازة (١٠٠%) ، وجود وقت فراغ أكبر خلال اليوم (٧٥%) ، ويذاع فى خلال هذه الأيام البرامج والمواد المفضلة (٥٠%).
- يشاهد جميع المبحوثين عينة الدراسة المسلسلات العربية (١٠٠%) تليها : برامج المنوعات (٩٦,٦%) ، الأفلام الأجنبية والمباريات الرياضية (٩٥,٣%)، لكل منهما ، الأخبار (٧٣,٨%)، برامج المرأة والبرامج الدينية (٦٩,٢%) لكل منهما ، برامج الأطفال (٤٦%) ، وتأتى النوعيات البرامجية الأخرى بنسب أقل.
- أهم الفترات التى يشاهد المبحوثون خلالها القنوات الفضائية الإماراتية : فترة السهرة الأولى والثانية (١٠٠%) ، فترة المساء (٩١,٦%) ، الفترة الصباحية (٨٣,٣%) ، فترة الضحى (٤١,٦%) ، فترة الفجر والصباح الباكر (٣٣,٣%) لكل منهما ، وفترة العصر (٢٥%) .
- يرى كل المبحوثين أن هناك فوائد تعود عليهم من متابعة القنوات الفضائية الإماراتية ، من أهمها : الارتباط بالوطن الأم (١٠٠%) ، الاطلاع على الحضارات العربية ، ومتابعة الأحداث فور وقوعها (٩٢,٣%) لكل منهما، الانفتاح على العالم (٨١,٥%)، تمضية وقت الفراغ (٧٩,٩%) ، واكتساب مهارات جديدة والتخلص من الوحدة (٥٣,٨%) لكل منهما.
- أهم أساليب متابعة القنوات الفضائية عند المبحوثين ، هى : كلما سمح الوقت (٧٦,٩%) ، واختيار مضامين قبل المشاهدة (٢٣%).

---

(٢) فوزية العلى . عادات وأنماط تعرض الجالية الإماراتية فى بريطانيا للقنوات الفضائية . فى : مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجى : الواقع والطموح بكلية الآداب والعلوم الاجتماعية . مرجع سابق .

٨ – دراسة "إيمان جمعة" (٢٠٠١) بعنوان " **التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجامعي المصرى** "[١] على عينة حصص قوامها ٣٠٠ مفردة من طلاب الجامعة الأمريكية وجامعة القاهرة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد القنوات الفضائية (٢٦%) فقط من إجمالى عينة الدراسة ، وتتوزع درجات المشاهدة كما يلى : المشاهدة المكثفة (٤٢,٣%)، المشاهدة المتوسطة (٣٨,٥%) ، والمشاهدة القليلة (١٩,٢%) .
- إن طلاب الجامعة الأمريكية أكثر تعرضاً للدش من طلاب جامعة القاهرة ، ويختلف مستوى المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة باختلاف نوع الوسيلة ، التى يتعرضون لها أو يستخدمونها ، بحيث يزيد مستوى المعرفة لدى من يتعرضون للوسائل الحديثة وتقل لدى من يتعرضون للوسائل التقليدية .

٩ – دراسة "فتحية مرابط" (٢٠٠١) بعنوان : " **استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققه من إشباعات** "[٢] على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب وطالبات جامعة الجزائر ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- إن (٤٧%) من المبحوثين عينة الدراسة يتعرضون للقنوات الفرنسية بصفة دائمة ، فى حين أن (٣٠,٥%) يتعرضون لها أحياناً ، ويتعرض لها (٢٢,٥%) بصفة نادرة .
- أهم القنوات الفرنسية المفضلة لدى المبحوثين – عينة الدراسة – هى: **TFI** (٤٦,٥%) ، **M6** (١٩,٢٥%) ، **Canal +** (١٤,٢٥%) ، **Television 5** (١٠,٥%) ، **Antenne 2** (٧%) ، و**France 3** (٢,٥%) .
- يفضل (٦٦,٥%) من المبحوثين – عينة الدراسة – مشاهدة القنوات الفرنسية ، بينما يفضل (٣٣,٥%) القنوات الجزائرية .
- يشاهد (٥٦%) من المبحوثين عينة الدراسة القنوات الفرنسية بانتباه شديد ، ولا يقومون بأى نشاط آخر ، بينما يقوم (٢٣,٧٥%) بالمشاهدة بالإضافة إلى التحدث مع آخرين ، ويشاهد (٢٠,٢٥%) من المبحوثين عينة الدراسة القنوات الفضائية ويقومون بنشاط آخر أثناء المشاهدة .

---

(١) إيمان جمعة . التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجامعى المصرى . فى : **المؤتمر العلمى السنوى السابع . مرجع سابق** . ص ص ١٤٩ – ١٨٨ .

(٢) فتحية مرابط . " استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققه من إشباعات" . **رسالة ماجستير** (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١) .

١٠ - دراسة "منذر الضامر" و "سعاد سليمان" (٢٠٠٢) بعنوان : **" واقع التلفزيون الخليجى من وجهة نظر طلاب جامعة السلطان قابوس "** [١] على عينة قوامها ٢٢٥ طالباً وطالبة من طلبة الكليات العملية والنظرية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- أهم القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة ، هى : الجزيرة (٧٣%) ، MBC (٦٣%) ، سلطنة عمان (٥١%) ، أبو ظبى (٤١%) ، اقرأ (٢٧%) ، الشارقة (٢٠%) ، دبى (١٩,٥%) ، الكويت (١٨,٥%) ، البحرين (١٦,٥%) ، والمستقبل (١٤%) .
- أما عن عدد الساعات التى يشاهدها الطلاب .. فقد جاءت كالآتى : (٢٣%) من أفراد العينة يشاهدون التلفزيون بمعدل ساعتين ، (١٧%) بمعدل ثلاث ساعات ، و (١٣%) يشاهدون التلفزيون بمعدل أربع ساعات .
- أهم البرامج المفضلة عند المبحوثين عينة الدراسة ، هى : برامج حول مشكلات المرأة والطفل (١٧%)، برامج الأسرة (١٦,٥%)، وبرامج الشباب والمراهقين (١٤%) .

١١ - دراسة "انشراح الشال" (٢٠٠٠) بعنوان : **" الدش والعولمة فى قرية "ماكلوهان" الإلكترونية : دراسة فى تأثير الدش "** [٢] على عينة من ٢٤٠ مفردة من الطالبات بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز بالمملكة العربية السعودية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- جاء ترتيب وسائل شغل وقت الفراغ لدى المبحوثات - عينة الدراسة - كالتالى : التلفزيون (٨٧,١%) ، الكمبيوتر (٧٧,٣%) ، الفيديو (٥٩,٢%) ، الدش (٤٥,٤%) ، والإنترنت (٣٥,٤%) .
- تشاهد (٦٧,١%) من المبحوثات - عينة البحث - القنوات الفضائية ، وتتمثل أهم القنوات المفضلة فى : قناة MBC (٣٥,٥%)، الجزيرة (١٤,٧%)، المستقبل (٨,٣%)، LBC (٧,٧%)، الكويت (٧,١%) ، ART (٥,٨%) ، والفضائية المصرية الاولى .

---

(١) منذر الضامر وسعاد سليمان. واقع التلفزيون الخليجى من وجهة نظر طلاب جامعة السلطان قابوس . فى : **مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجى : الواقع والطموح** . مرجع سابق . ص ص ١ - ٢٢ .

(٢) انشراح الشال . **" الدش والعولمة فى قرية ماكلوهان الإلكترونية : دراسة فى تأثير الدش"** . (جدة : دار الحافظ للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠) .

١٢ - دراســة "جــيهان يسرى" (٢٠٠٠) بعنوان : " **دور التليفزيون المصرى فى ترتيب أولويات الشــباب الجامعى تجاه القضايا العربية** " [1] على عينة عشوائية قوامها ٢٤٠ مفردة من طلاب وطالبات جامعة القاهرة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:**

- أهــم دوافــع متابعة الشباب عينة الدراسة للنشــرة هى : أنها تتفــق مع اهتماماتهم (٢٨,٦%) ، للإحاطة بكل مايدور فى العالم من أحــداث (٢٢,٨%) ، للإحاطة بكل مايدور فى العالم العــربى (١٤%) ، وللإحاطة بكل مايدور فى مصر(١٣%).
- أهــم نوعيات القنوات التليفزيونية التى يحرص الشباب عينة الدراسة على متابعة نشرات الأخبارمن خلالهــا ، هى : القنوات التليفزيونية المصرية (٧٨,٩%)، القنوات الفضائية العربية (١٣,٥%) ، والقنوات الفضائية الأجنبية (٧,٦%) .
- أهم القنوات التى تشاهد عينة الدراسة النشرات الإخبارية بها هى: القناة الأولى (٤٦,٨%) ، القناة الثانية (١٦,٩%) ، قناة النيــل للأخبار (٥,٢%) ، قناة النيــل الدولية (٤,٧%)، قنــاة CNN (٤,٤%) ، قناة الجزيرة (٣,٦%) ، وقناةMBC (٢,٩%) .

كما أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة من نشرات اخبار الساعة التاسعة على القناة الأولى على مدى أسبوعين من ٨ إلى ٢١ فبراير ٢٠٠٠ ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :**

- تشــغل الأخبارالعربية (٣٢,٢٥%) من إجمالى عدد الأخبار بالنشرة ، وهو ما يؤكد اهتمام الإعلام المصرى بقيمة القرب الجغرافى للخبر .
- أهم موضوعات الأخبــار التى تركز عليها نشــرة أخبارالتليفزيون ، هى : الموضوعات السياســية (٧٣,٣%) ، والموضوعات العسكرية (١٠%) ، والموضوعات الاقتصادية (٨,٨%) .
- أهــم الموضوعات التى يرد ذكرها فى موجز النشرة ، هى : الموضوعات السياســية (٧٧,٨%) ، والأخبار العسكرية (١٨,٥%) .

واستخلصــت الباحــثة أنــه خلال فترة الدراسة ، حقق التليفزيون المصرى من خلال تغطيته الإخبارية للقضايا العربية قدراً كبيراً فى التوافق بين اهتمامات الجمهور من الشباب الجامعى واهتمامات القائمين بالاتصال .

---

(١) جــيهان يســرى . دور التلــيفزيون المصرى فى ترتيب أولويات الشباب الجامعى تجاه القضايا العربية . فى : **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد التاسع ، ٢٠٠٠ . ص ص ٢٥٧ - ٣١٣

١٣ - دراسة "عبيد الشقصى" Obaid, Al-Shaqsi (٢٠٠٠) بعنوان : " **تأثير البث الفضائى والأرضى على الشباب فى سلطنة عمان** " [١] على عينة قوامها ٥٣٤ من طلاب جامعة السلطان قابوس ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- أهم دوافع المبحوثين للتعرض للقنوات الفضائية، هى: الحصول على معلومات ومراقبة البيئة الدولية فى المقام الأول ، أما دوافع مشاهدتهم للقنوات الأرضية ، فهى الحصول على معلومات عن البيئة المحلية .
- أن مشاهدة القنوات الفضائية لها تأثير سلبى على التعرض للقنوات التلفزيونية والوسائل الإعلامية الأخرى .

١٤ - دراسة "جيهان يسرى" (٢٠٠٠) بعنوان : " **استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة** " [٢] على عينة عشوائية قوامها ١٠٠ مفردة من الجنسين من سكان القاهرة والجيزة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يتعرض الشباب المصرى بشكل منتظم للقنوات الفضائية ، وتتعرض الإناث للقنوات الفضائية أكثر من الذكور ، وجاءت الدوافع الطقوسية فى المرتبة الأولى بين دوافع تعرض الشباب للقنوات الفضائية ، تليها الدوافع النفعية مع عدم وجود تأثير لعامل السن والنوع فى ذلك .

١٥ - دراسة "محمد معوض" و"عبد الباسط عبد الجليل" (٢٠٠٠) بعنوان : " **علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات الفضائية** " [٣] على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من طلبة وطالبات جامعة الكويت الذين يشاهدون القنوات الفضائية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد كل أفراد العينة القنوات الفضائية منهم (٨٠%) يشاهدونها يوميًا ، مقابل (٢٠%) يشاهدونها بصفة غير منتظمة .
- أهم القنوات الفضائية العربية - غير الخليجية - التى يشاهدها المبحوثون ، هى LBC (٩٠%) ، المستقبل (٨٠%) ، MBC (٦٥%) ، ART (٥٠%) ، شبكة أوربيت (٢٥%) ، القناة الفضائية المصرية الأولى (٢٠%) ، والقناة الفضائية السورية (١٥%) .

---

(1) Al – Shaqsi و Obaid . " The Influence of Satellite on Young adults in Oman ". **PhD.** (U.K: University of Wales , 2000) .

(٢) جيهان يسرى . استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة . فى : **مجلة البحوث الإعلامية** ، العدد الثامن ، ٢٠٠٠ . ص ص ١٧١- ٢٣١.

(٣) محمد معوض وعبد الباسط عبد الجليل . علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات الفضائية : دراسة تطبيقية على عينة من طلبة جامعة الكويت . فى : **المجلة العربية للعلوم الإنسانية** . ، العدد ٧١ ، السنة الثامنة عشر ، ٢٠٠٠ . ص ص ١٥٦ - ١٧٧ .

■ أهم القنوات الفضائية العربية – الخليجية – التي يشاهدها المبحوثون، هي : القناه الفضــائية الكويتية (٥٠%) ، قنــاة الجزيرة (٣٥%) ، قنــاة دبي (٣٠%) ، قنــاة أبو ظبي (٢٥%)، قناة الشــارقة (٢٠%) ، القناة الفضائية الســعودية الأولى (١٥%) ، وقنــاة سلطنة عمان الفضائية (١٠%) .

■ أهــم القــنوات الفضائية الأجنبية التي يشاهدها المبحوثون – عينة الدراسة – هي : قناة **Super Movies** (٦١%) ، **CNN** (٥٨%) ، القناة الفرنسية **TV5** (٢٠%) ، قناة **BBC** (١٥%) ، **TNT** (١٢,٥%) ، قــنــاة **Discovery** وقناة **Zee TV** (١٠%) لكل منهما، والتلفزيون التركي والتلفزيون الإسرائيلي (٥%) لكل منهما .

■ أهم أيام مشاهدة القنوات الفضــائية لدى عينة الدراسة ، هي : يوم الخميس (٨٥%) ، يوم الجمعة (٨٠%)، يوم الأربعاء (٧٥%)، يوم الأحد (٤٠%)، يوم السبت (٢٠%)، يوم الاثنين (١٥%) ، ويوم الثلاثاء (١٠%) .

■ أهم الأوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية لدى عينة الدراسة هي : بعد العشاء (٢٥%) ، بعد صلاة المغرب (٢٠%)، بعد العصر (١٥%) ، بعد الظهر (١٠%) ، وصباحاً (٥%) .

■ يشــاهد (٣٩,٥%) مــن عيــنة الدراسة القنوات الفضائية لمدة ساعتين يوميًّا ، و (٢٥%) ثلاث ســاعات يومياً ، (٢٠%) لمدة أربع ساعات يوميًّا ، (١٢%) لمدة خمس ساعات يوميًّا ، و(٥%) لأكثر من خمس ساعات يوميًّا .

١٦ – دراســة "ســوزان القلــيني" (١٩٩٧) بعنوان : " **انعكاس مشاهدة القنوات الفضائية على الاتجاهات الاجتماعية السائدة لدى الشباب المصري** " [(1)] على عينة قوامها ٢٦٠ مفردة من ســن ١٨ – ٣٨ ســنة ، وتنقسم إلى مجموعتين : ضــابطة قوامها ١٥٠ مفردة لا يشاهدون القنوات الفضــائية ولا يمتلكون أطباق استقبال القنوات الفضــائية ومجموعة تجريبية من ١١٠ مفــردة ، لإجــراء مقارنة بين من يتعرض ومن لا يتعرض للقنوات الفضائية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ يُعــد (٥٥ %) مــن عينة الدراسة من كثيفي المشاهدة للقنوات الفضائية ، حيث يتعرضون لتلك القــنوات أكثر من أربع ساعات يوميا ، ويتعرض (٣٧%) من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات ، ويتعرض (٨%) للقنوات الفضائية أقل من ساعتين يومياً .

---

(١) سوزان القليني . انعكاس مشاهدة القنوات الفضائية على الاتجاهات الاجتماعية السائدة لدى الشباب المصري . في : **مجلة كلية الآداب** ، جامعة المنيا ، يوليو ١٩٩٧ . ص ص ٧١ – ١٤٣ .

- تصدرت القنوات الأوربية جميع القنوات الفضائية الأخرى بواقع (٨٥,٤%) ، القنوات العربية (٧٧,٣%) ، القنوات الأمريكية (٧٢,٧%) ، القنوات المصرية (٥٧,٧%) ، وقنوات أخرى (٤٢,٣%) .

- أهم المواد المفضلة فى القنوات الفضائية ، هى : الأفلام (٨٦,٥%) ، الأخبار (٧٠,٨%) ، المنوعات والأغانى (٦٦,٥%) ، والسهرات المتنوعة (٦٦,٥%) .

- ويتعرض (٤٤,٦%) للقنوات الفضائية منذ سنة إلى أقل من ثلاث سنوات ، ويتعرض (٣٦,٥%) للقنوات الفضائية منذ ثلاث سنوات ، ويتعرض (٨,٩%) للقنوات الفضائية منذ أقل من سنة .

١٧ - دراسة "عاطف العبد" و"فوزية العلى" (١٩٩٤) بعنوان : **" عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية : دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة"**(١) على عينة قوامها ١٩٠ طالبًا وطالبة بجامعة الامارات العربية المتحدة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- أهم المواد التى يقبل الطلبة والطالبات – عينة الدراسة – على مشاهدتها: الأفلام العربية (٩٩,٥%) ، المسلسلات العربية (٩٨,٤%)، المباريات والبرامج الرياضية (٩٧%)، المواد الإخبارية (٩٦,٨%) ، والأغانى (٩٥,٨%) .

- أثرت متابعة العينة للقنوات الفضائية على تعرضهم لقنوات دولة الإمارات العربية المتحدة ؛ إذ قلت مشاهدة (٩٥,٦%) من عينة الدراسة للقنوات الارضية .

- يرى (٧٨,٩%) من العينة أن متابعتهم للقنوات الفضائية تحقق لهم عدة إشباعات منها : تمضية وقت الفراغ ومتابعة الأخبار (١٠٠%) لكل منهما ، الانفتاح على العالم (٩٠%) ، الاختيار بين بدائل كثيرة من الأفلام والمسلسلات (٨٠%) .

---

(١) عاطف العبد وفوزية العلى . عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية : دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة . فى كتاب : عاطف العبد ، فوزية العلى . **دراسات فى الإعلام الفضائى** . (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٤) .

(هـ) دراسات حول علاقة المرأة بالقنوات الفضائية :

١ - دراسة "عائشة بنت سعيد الغابشي" (٢٠٠٢) بعنوان : **" استخدام المرأة العمانية وسائل الإعلام والإشـــباعات المتحققة "** [(١)] على عينة عشوائية طبقية من الحضر والريف قوامها ٤٠٠ مفردة من النساء العمانيات بأسلوب التوزيع المتناسب طبقاً لمتغير مكان الاقامة ، **ولقد توصلت الدراسة – فيما يتصل بالقنوات الفضائية – إلى عدة نتائج ، أهمها :**

- أهم القنوات الفـــضائية المشـــاهدة لدى عينة الدراســـة ، هى : قناة MBC (٦٢%) ، الجـــزيرة (٣١,٣%) ، أبـــو ظـــبى (٣١,١%) ، دبى الفضـــائية (٣٠%) ، الفضائية الكويتية (٢٥%) ، والفضائية المصرية (١٧%) .
- وأهـــم إشـــباعات مشـــاهدة القنوات الفضائية : معرفة الأخبار المحلية (٦٩,٨%) ، زيادة المعرفة بالمجالات التى تهم المرأة (٤٧,٨%) ، ومعرفة الأحـــداث الخليجية والعربية (٤٠,٤%) .

٢ - دراســـة "أمانى فهمى" (١٩٩٧) بعنوان : **" استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية وإشـــباعاتها "** [(٢)] على عينة عشوائية طبقية قوامها ٨٠ مفردة من سكان القاهرة الكبرى ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض للقنوات الفضائية ودافع تعزيز القيم ؛ مما يشير إلى أن لهذه القنوات إيجابيات إذا ما استخدمت الاستخدام السليم ، واختار المشاهدون المادة الإعلامية الراقية التى تعود عليهم بالنفع .
- وجود علاقة ارتباطية بين درجة الإيجابية فى شغل وقت الفراغ ، ودافع الحصول على معلومات من ناحية والتسلية والترفيه من ناحية أخرى .
- وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين السن ودوافع وإشباعات التعرض ؛ بهدف الحصول على المعلومات وتنمية القيم .

---

(١) عائشة بنت سعيد الغابشى . " استخدام المرأة العمانية وسائل الإعلام والإشباعات المتحققة " . **رسالة ماجستير** . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢) .

(٢) أمـــانى فهمى . استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية وإشباعاتها . فى : **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد الثانى ، أبريل ١٩٩٧ . ص ص ١١٩ - ١٤٨ .

(و) دراسات حول علاقة الأطفال بالقنوات الفضائية :

١ – دراسة "جلنار هاشم حجازى" (٢٠٠٣) بعنوان **" تأثير الفضائيات العربية على الطفل الأردنى"**(1) على عينة عشوائية منتظمة قوامها ٣٠٠ طفل ، تتراوح أعمارهم ما بين ١٥ – ١٨ سنة من تلاميذ المدارس الحكومية والخاصة فى العاصمة الأردنية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد (٩٤,٣%) من المبحوثين – عينة الدراسة – القنوات الفضائية ، ويفضل (٥٥,٤%) من المبحوثين عينة الدراسة كلاً من القنوات العربية والأجنبية ، ويفضل القنوات الأجنبية فقط (٤٠,٤%) ، ويفضل (٤٠,٢%) من المبحوثين – عينة الدراسة – القنوات العربية فقط .
- أهم القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثين – عينة الدراسة – هى : قناة الجزيرة (٢٣%) ، قناة MBC (١٥%) ، قناة Dream (٩%) ، وقناة LBC (٧%) .
- أهم المضامين المفضلة لدى المبحوثين – عينة الدراسة – هى : الأغانى (٣١,٨%) ، المسلسلات (١٥%) ، البرامج الثقافية (١٠,١%) ، الأفلام الروائية (٨,٤%) ، أفلام الكرتون (٥,٤%) ، الأفلام التسجيلية والأخبار (٥%) لكل منهما .

٢ – دراسة "صفا فوزى" (٢٠٠٣) بعنوان : **" علاقة الطفل المصرى بوسائل الاتصال الإليكترونية"**(2) على عينة طبقية عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الأطفال ، الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٢ – ١٨ سنة فى محافظة القاهرة الكبرى ، **وقد توصلت الدراسة – فيما يتصل بالقنوات الفضائية – إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تمتلك أسر (٢٠,٥%) من الأطفال عينة الدراسة جهاز استقبال القنوات الفضائية ، وأهم القنوات المشفرة التى يشتركون فيها هى : الأوائل (٣١,٧%) ، أوربيت (١٢,١%) ، و Showtime (١١%) ، يشاهد القنوات الفضائية بوجه عام (٣٠%) من الأطفال عينة الدراسة منهم (٩,٧%) دائماً ، و(٢٠,٣%) أحياناً .
- يشاهد (٥٣,٣%) من عينة الدراسة القنوات الفضائية أقل من ساعة يوميًا ، ويشاهدها (٢٤,٢%) من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات ، و (٢٢,٥%) لأكثر من ٣ ساعات يوميًا .

---

(١) جلنار هاشم حجازى . " تأثير الفضائيات العربية على الطفل الأردنى دراسة ميدانية " . رسالة دكتوراه . (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠٣) .

(٢) صفا فوزى . " علاقة الطفل المصرى بوسائل الاتصال الإليكترونية " . رسالة ماجستير (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣) .

- أهم المواد والبرامج التلفـــزيونية التي يفضـــل الأطفال عينـــة الدراسة مشـــاهدتها : الأفلام الأجنبية (١٨,١%) ، الاغاني المصورة (١٥,٦%) ، الأفلام العربية (١١,٤%) ، نشرات الأخبار والبرامج الإخـــبارية (٨,٥%) ، المسلســـلات الأجنبية (٦,٣%) ، البرامج التعليمية (٦%) ، المبـــاريات والـــبرامج الرياضـــية (٥,٧%)، المسلسلات العـــربية (٥,٤%) ، برامج المنوعـــات (٥,١%) ، القرآن الكريم والبرامج الدينيـــة (٣,٢%) ، المسرحيات (٢,٨%) ، الرسوم المتحركة (٢,٥%) ، برامج المسابقات (١,٩%) ، البرامج الحوارية (٠,٦%) ، وبرامج الأطفال (٠,٦%) .

٣ - دراسة "نهى العبد" (٢٠٠٣) بعنـــوان : " **علاقة الطفل المصـــرى بالقنوات الفضائية العربية**"[١] عـــلى عينة عمدية قوامها ٤٨٠ مفردة من الأطفال فى نهاية مرحلة الطفولة المتأخرة ، ممن يمتلكون جهاز استقبال القنوات الفضائية من القاهرة الكبرى، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها:**

- يشاهد جميع المبحوثين - عينة الدراسة - القنوات الفضائية ، ويشاهد (٤٢,٥%) القنوات الفضائية العربـــية أكـــثر ، ويشاهد (٢١,٩%) القنوات الفضائية الأجنبية أكثر وتتساوى مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية لدى (٣٥,٦%) من عينة الدراسة .
- أهم القناة الفضـــائية العربية المشـــاهدة لدى المبحـــوثين - عينة الدراســـة - هى : قناة سبيستون (٨٨,١%) ، قناة دريم الأولى (٨٢,٨%) ، قناة دريم الثانية (٧٨,١%) ، قناة النيل للأسرة والطفل (٧٧,١%) ، وقناة ارتينـــز (٧٢,٣%) .
- وتتمـــثل أهم المواد والبرامج التى يحرص الأطفال على مشاهدتها، هى: الأغانى العربية (٧٠,٢%)، الأفلام العربية (٦٦%) ، الأفلام الأجنبية (٥٧,٨%) ، والمسلسلات العربية (٤٩,٥%) .

٤ - دراســـة "حسين أبو شنب" (١٩٩٩) بعنوان : " **استخدام الطفل الفلسطينى للقنوات الفضائية والإشـــباعات المتحققة** "[٢] على عينة عشوائية بسيطة قوامها ٢٠٠ مفردة من الأطفال ، الذين تتراوح أعمارهم ما بين السادسة والثامنة عشرة من قطاع غزة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

---

(١) نهـــى العـــبد . " علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية والعربية" . رسالة ماجستير . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣) .

(٢) حســـين أبو شنب . استخدام الطفل الفلسطينى للقنوات الفضـــائية والإشباعات المتحققة . فى : المؤتمر العـــلمى الســـنوى . " نحو رعاية أفضل لطفل الريف " . (القاهرة : معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس ، ١٩٩٢) . ص ص ٤٣٢ - ٤٣٣ .

- يمتلك (٩٢%) أطباق استقبال البث الفضائى ، ويشاهد القنوات الفضائية دائماً (٣٧%) ، ويشاهدها أحياناً (٦٣%) .
- يتعرض (٣٩%) للقنوات الفضائية لأقل من ثلاث ساعات ، و (٣٢%) لأكثر من ثلاث ساعات ، (٢٥%) لأقل من ساعتين، و (٤%) لأقل من ساعة .
- أن القنوات الفضائية المفضلة ، هى : أبو ظبى (٤٨%) ، الفضائية المصرية الأولى ودبى و ART والمستقبل (٤٢%) لكل منها ، LBC اللبنانية (٣٨%) ، الجزيرة (٣٢%) ، والفضائية السورية (٢٧%) .

(هـ) دراسات حول علاقة المراهقين بالقنوات الفضائية:

١ – دراسة "هناء كمال أبو اليزيد" (٢٠٠٣) بعنوان : " **فعالية برامج قناة النيل التعليمية المتخصصة الموجهة إلى تلاميذ شهادة إتمام التعليم الأساسى** " [1] على عينة متعددة المراحل قوامها ٤٠٠ مفردة من تلاميذ شهادة إتمام التعليم الأساسى فى الريف والحضر ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد قناة التعليم الإعدادى (٩٩%) من التلاميذ عينة الدراسة ، وتزداد المشاهدة بين الذكور عن الإناث (٩٩% ، ٩٢%) بالترتيب .
- يشاهد قناة التعليم الإعدادى (٩٩%) من التلاميذ عينة الدراسة ، الذين يشاهدونها فى المنازل و (٩٢%) من الذين يشاهدونها بالمدارس ؛ حيث يشاهد قناة التعليم الإعدادى (٩٨,٤٠%) من الطلاب فى قاعة الوسائط المتعددة ، ويشاهدها (١,٦%) فى المكتبة .
- يشاهد برامج قناة التعليم الإعدادى على النايل سات (٢٣,٧%) ، بينما يشاهدها (٧٨,٣%) على القناة المفتوحة على (U.H.F) ، و (٢١,٢%) من خلال القنوات الإقليمية .

٢ – دراسة اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى (٢٠٠٢) بعنوان : " **استطلاع آراء طلبة وطالبات الشهادة الإعدادية والثانوية العامة حول أداء قنوات النيل التعليمية المتخصصة** " [2] على عينة

---

(١) هناء كمال أبو اليزيد . " فعالية برامج قناة النيل التعليمية المتخصصة الموجهة إلى تلاميذ شهادة إتمام التعليم الأساسى " : دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ والمدرسين " . رسالة ماجستير. (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣) .

(٢) اتحاد الإذاعة والتلفزيون، الأمانة العامة . " بحث استطلاع آراء طلبة وطالبات الشهادة الإعدادية والثانوية العامة حول أداء قنوات النيل التعليمية المتخصصة . دراسة غير منشورة (القاهرة : اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى ، أغسطس ٢٠٠٢) .

عمديـــة قوامها (١٥٠٠) مفردة لطلبة وطالبات الشهادتين الإعدادية والثانوية (في إحدى عشرة محافظـــة) ممن يشاهدون قناتي : التعليم الإعدادى والثانوى العام من القنوات التعليمية المتخصصة، بواقـــع (٧٥٠) مفـــردة لطلبة وطالبات الشهادة الإعدادية من المدارس الحكومية والخاصة، **وقد توصلت الدراسة التي أجريت على طلاب الشهادة الإعدادية إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشـــاهد (٨,٣%) ، قناة التعـــليم الإعدادى فى المدرســـة فقط ، و (١٩,٦%) فى المنـــزل فقط ، و (٣٢,١%) فى المدرسة والمنزل معاً.
- إن أهم أسباب عدم متابعة البرامج التعليمية للشهادة الإعدادية فى المنـــزل ، هى : عدم امتلاك جهاز استقبال فضائى (٩٧,٨%)، ولايجد وقتاً للمتابعة (١,٤%) ، وأسباب أخرى (٠,٦%)، منها عدم معـــرفة مواعـــيد هـــذه البرامج ، وعدم امتلاك جهاز الريسيفر ، الذى يستقبل القنوات التعليمية المتخصصة.
- يرى (٣٧,٢%) ، أن مدة البرامج التعليمية التى تعرضـــها قناة التعليم الإعـــدادى كافية ، مقـــابل (٢١,٧%) يرون أنها غير كافية لجميع المواد ، و (٤١,١%) يرون المدة غير كافية لبعض المواد.
- ترى (٩٢,٤%) أن البرامج التعليمية التى تقدمها قناة النيل للتعليم الإعدادى نجحت إلى حد كبير ، وترى (٦,٤%) أنها نجحت إلى حد ما ، وترى (١,٢%) أنها لم تحقق النجاح على الإطلاق .
- يستغنى (٤٨,٣%) عن الدروس الخصوصية فى بعض المواد ، بينما يرى (٤٤,٧%) أنهم استغنوا عن الدروس الخصوصية فى جميع المواد ، و لم يستغن (٧%) عن الدروس الخصوصية فى جميع المواد .
- يرى المبحوثون الذين يستفيدون من متابعة البرامج التعليمية فى قناة التعليم الإعدادى أن مدرس القناة يمتاز بعدة مزايا ، منها : يفرد مساحة أكبر لوسائل الإيضاح، ويمتاز بالثقافة العالية والدقة والالتزام بالمنهج الدراسى ، ويقدم مراجعة نهائية مفيدة.

٣ – دراســـة "مصـــطفى حمـــدى" (٢٠٠٢) بعـــنوان: **" استخدمات المراهقين للقنوات الفضائية والإشـــباعات المتحققة"**[١] على عينة قوامها(٤٠٠) مفردة من المراهقين ، الذين تتراوح أعمارهم بـــين ١٥ – ٢٠ سنة ، وقد تم توزيع العينة بأسلوب التوزيع المتساوى بين الحضر والريف ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:**

(١) مصطفى حمدى . " استخدمات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة". رسالة ماجستير. (المنيا : كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ٢٠٠٢)

- جاءت القنوت الفضائية فى مقدمة الوسائل الإعلامية ، التى يعتمد عليها المراهق عندما يرغب فى معرفة ما يحدث فى العالم واكتساب معلومات (٦٦,٥%) ، وعندما يرغب فى قضاء وقت الفراغ والتسلية (٤٦,٥%) ، ومعرفة موضوعات تصلح للنقاش مع الآخرين (٤٠,٥%) ، وتعلم السلوك الواجب اتخاذه فى المواقف المختلفة (٣٤,٣%) ، وعند الشعور بالوحدة والاكتئاب (٣٢,٨%) ، وعندما يرغب فى أن يتعلم كيف يحل الناس مشاكلهم (٢٩,٥%) ، وعند الشعور باليأس والإحباط (٢٩%) .
- أهم القنوات الفضائية العربية التى يحرص المراهقون على مشاهدتها : قناة **MBC** (٧٨,٨%) ، المستقبل (٧٠,٨%) ، **LBC** و **ART** (٦١,٥%) لكل منهما ، القناة الفضائية المصرية الأولى (٦٦%)، الجزيرة (٦٤%) ، **Nile-TV** (٥٢,٣%)، دبى (٤٩,٥%)، أبو ظبى (٤٥,٨%) ، والنيل للدراما (٤٤,٣%) .
- أهم القنوات الفضائية الأجنبية التى يحرص المراهقون على مشاهدتها : قناة **MTV** (٥٧,٧%) ، **CNN** (٤٣,٣%) ، **EURO SPORT** الرياضية الأوربية (٣٢%) ، **CFI** و **TV5** الفرنسية (٢٨,٨%) لكل منهما ، **TNT** (٢٦,٥%) ، **HBO** للأفلام (٢٤%) ، الهندية **B4U** (٢١,٥%) ، تركيا (٢١,٣%) ، **MUSIC NOW** (١٨,٨%) ، و **BBC** الإخبارية البريطانية (١٨,٣%) .
- أهم المواد والبرامج التى يحرص المراهقون على مشاهدتها فى القنوات الفضائية ، هى : الأغانى والمنوعات (٩٧,٣%) ، المسلسلات والأفلام العربية (٨٨,٨%)، المسلسلات والأفلام الأجنبية (٨٧,٣%) ، وبرامج الشباب (٨٣,٥%) .
- أهم دوافع مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية ، هى : معرفة ما يحدث فى العالم (٩٦,٨%) ، التسلية والإمتاع (٩٦,٤%) ، والتخلص من الملل والشعور بالضيق (٩٢,٨%) ، ومعرفة بعض المعلومات عن النفس وعن الآخرين (٨٨,٦%) ، ومعرفة ثقافات الشعوب الأخرى (٨٨,٣%) .
- وأهم الإشباعات المتحققة من مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية ، هى : زيادة المعرفة بالأحداث الخارجية(٩٥,١%) ، والتسلية وقضاء الوقت والإمتاع (٩٣,١%) ، وزيادة القدرة على إدارة النقاش مع الآخرين (٨٩,٨%) ، والقضاء على الشعور بالوحدة والاكتئاب (٨٩,١%) .

٤ - دراسة "محمود مزيد" (٢٠٠٢) بعنوان " **دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة لهم**"[١] على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من المراهقين المصريين (١٥ -١٨ سنة) من مدينة القاهرة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد جميع أفراد العينة القنوات الفضائية ويشاهد (٧٩,٥%) القنوات الأرضية، يشاهد (٤٤,٧%) القنوات الفضـــائية دائمًا ، ويشاهد (٢٨%) أحياناً ، ويشاهد (١٧,٣%) حسب الظروف .
- أهـــم دوافع التعرض للقنوات الفضائية ، هى: التسلية والاسترخاء والتخلص من الملل (٨٠,٤%)، ومعـــرفة الأخبار (٧٢%) ، والانفتاح على المجتمعات العربية ومعرفتها (٦٣,٧%) ، وتقدم برامج أفضل من القنوات الأرضية (٢٩,٢%) .
- أهم فترات المشاهدة هى : (٤٨,٧%) ، فترة المساء (٣٠,٣%) ، وفترة الظهيرة (١٣%) .
- يشاهد (٤٦,٧%) القنوات الفضائية من ساعتين لأقل من أربع ساعات ، ويشـــاهدها (١٩,٧%) بصفة غير منتظمة ، ويشاهدها (١٦,٣%) من ساعة إلى أقل من ساعتين ، ويشاهدها (١٣%) أكثر من أربع ساعات ، ويشاهدها (٤,٣%) أقل من ساعة .
- يشاهد (٥٢%) القنوات الفضائية بمفردهم، و (٢٩,٢%) مع الأصدقاء ، و(١٨,٨%) مع الأسرة ، وأهم القنوات الفضائية المشـــاهدة لدى عينة الدراســـة هى : الفضائية اللبنانية LBC (٧٣,٢%) ، قـــنـــوات دريـــم (٦٠,٣%) ، القنـــاة العـــامة ART (٥٩,٨.%) ، MBC (٤١,٣٦%) ، قناة الجزيرة (٤٢,٥%) ، الفضائية المصـــرية الأولى (٣٣%)، المحور (٢٣,٥%) ، وقنـــاة المستقبل (١٨,٤%) .
- **أهـــم المواد المفضلة هى** : الدراما العربية (٨٥,٤%) ، المنوعات (٥٤,٢%) ، المباريات والبرامج الرياضية (٤٨,٦%) ، الأخبار والبرامج الإخبارية (٤٢,٥%) ، البرامج الفنية (٣٢,٤%)، البرامج الدينية (٢٥,٧%)، الدراما الأجنبية (١٧,٩%)، والبرامج الثقافية والأدبية (١٣,٤%) .

٥ - دراســـة مـــرهان الحلوانى (١٩٩٧) بعنوان "**اتجاهات المراهقين نحو الأفلام السينمائية التى تبثها القنوات الفضائية** "[٢] على عينة عشـــوائية قوامها ١٤٢ مفردة من طلاب المرحـــلة الثانوية من ١٥-١٧ سنة بقسميها : الأدبى والعلمى من محافظة الجيزة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

---

(١) محمـــود مزيد . دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة لهم . فى: **مجلة دراسات الطفولة** ، العدد ١٤ ، يناير ٢٠٠٢ . ص ص ٦٥ - ٨٤

(٢) مرهان الحلوانى . اتجاهات المراهقين نحو الأفلام السينمائية التى تبثها القنوات الفضائية .فى : **المؤتمر العلمى الثالث** . (القاهرة :كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو١٩٩٧) . ص ص ١١٩ - ١٧٠

- أهـــم نوعيات الأفلام المفضلة عند المراهقين - عينة الدراسة - هى : الأفلام الكوميديا والبوليسية والغنائـــية ، أمـــا عن جنسية الأفلام المفضلة فقد جاءت الأفلام المصرية فى المرتبة الأولى ، والأفلام الأمريكية فى المرتبة الثانية ، والأفلام البريطانية فى المرتبة الثالثة.
- أهـــم دوافع مشاهدة الأفلام على القنوات الفضائية لدى المراهقين - عينة الدراسة - هى : جذابة ومشوقة ، تنقلنى إلى عالم آخر ، تقدم لى تجارب الحياة ، وبها مساحة من الحرية.
- جاءت المشاهد التى تنال إعجاب المراهقين على القنوات الفضائية مرتبة كما يلى: مشاهد المغامرات، المشاهد الغرامية ، ومشاهد المطاردات ومشاهد الضرب .
- يختار أغلب المراهقين - عينة الدراسة - الأفلام بأنفسهم، وتتفق كل الأسرة على ما يشاهده المراهق، وذلك يرجع إلى أن المراهق فى هذه المرحلة يهتم بمسايرة الجماعة، مع وجود الرغبة فى تأكيد الذات .
- أهم الفـــوائد التى ترجع على المراهق من مشـــاهدة الأفلام المعروضة فى الفضائيات ما يلى : تعلم حل المشكلات التى تواجه المراهق ، وتعلمه عدم مصاحبة أصدقاء السوء .

٦ - دراسة "منير عبدالله حربى" (١٩٩٦) بعنوان **"الآثار الاجتماعية والدراسية لاستخدام الدش فى المـــنـــزل كمـــا يـــراها طلاب المرحلة الثانوية"**(١) على عينة قوامهـــا (٦٦) مفردة من طلاب المدارس الثانوية من الذكور والإناث بمحافظة الغـــربية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد (٤٣,٨%) من المبحوثين الدش دائمًا ، ويشاهده أحياناً (٥٦,٢%) ، ويرى (٤٢,٢%) من المبحوثين أن الدش سبب فى انعزال الفرد عن مجتمعه، بينما أكد (٥٧,٨%) أن ذلك يحدث أحياناً .
- يرى (٥٦,٣%) من المبحوثين أن الدش سبب فى إعاقة ممارستهم للهوايات ، يشاهد (٢١,٩%) من المبحوثين الدش هرباً من المشكلات العائلية بصفة دائمة ، وأحياناً عند (٧٨,١%) .
- أهم القنوات الفضـــائية لدى المراهقين : **NILE TV** (٤٣%) ، الفضـــائية المصرية (٣٢%) ، **CNN** (٢٤%)، المستقبل اللبنانية (١٩%) ، **MTV**(١٣%) ، **ART** (١٣%) ، **M. NET** الفرنسية والسورية و **MBC** (٥%) لكل منهم ، دبى ، ودبى الرياضية ، (٢٥%) لكل منهما .

---

(١) منير عبد الله حربى . الآثار الاجتماعية والدراســية لاستخدام الدش فى المنــزل كما يراها طلاب المرحلة الثانوية . فى : **مجلة كلية التربية** ، عدد ٢٦ ، يناير ١٩٩٦ . ص ص ١٦٣ - ١٨٩.

■ أهم أسباب تفضيل بعض القنوات الفضائية التي تبث الأفلام السينمائية ما يلي : تقدم أفلام جديدة ، تقدم أفلاماً مصحوبة بترجمة عربية ، وتقدم الأفلام دون حذف .

ثالثاً : الدراسات المسحية التي تناولت مضامين القنوات الفضائية وعلاقة الجمهور بها

١ - دراسة "أشرف جلال" (٢٠٠٤) بعنوان : " **الهوية العربية كما تعكسها أغاني الفيديو كليب وانعكاساتها على قيم الشباب** "[1] على عينة متعددة المراحل قوامها ٣٠٠ مفردة من الشباب المصرى ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ تختلف معدلات التغريب التي تشهدها الأغنية العربية المصورة باختلاف جنسية المطرب ، حيث تزداد في الأغاني اللبنانية المصورة مقابل غيرها من الأغاني الأخرى .

■ هناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين نمط البث (أرضى أو فضائى) ونوع الأغانى التي تقدمها القناة ، من حيث كونها تحتوى على إثارة عالية أو متوسطة أو محدودة .

وقد أجريت دراسة تحليلية على عينة قوامها ٣٦٤ أغنية ، تشمل كل ما أذيع من أغانى على القنوات الأرضية والفضائية العامة والمتخصصة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ هناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ارتفاع معدلات التعرض للأغانى المصورة ، والاتجاه نحو هذه الأغانى.

■ هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ارتفاع معدلات الاهتمام بالأغانى العربية وارتفاع معدلات قبول القيم أو الأنماط السلوكية العربية .

٢ - دراسة "رائد محمد محمد أبو ربيع" (٢٠٠٣) بعنوان " **تأثير التغطية الإخبارية فى القنوات الفلسطينية على اتجاهات الأطفال** "[2] على عينة من النشرات الإخبارية ، متمثلة فى نشرتى الأخبار الرئيسية فى تلفزيون فلسطين وتلفزيون وطن بالإضافة إلى عينة من البرامج الاخبارية المسائية المذاعة فى تلفزيون فلسطين وتلفزيون وطن ومنها : برنامج جوهر الحوار ، صدى الانتفاضة ، نوتة سياسية ، والحق يقال ، وقد اختار الباحث العينة الزمنية الممتدة على مدى دورة برامجية كاملة ، تمتد من تاريخ أول يونيو ٢٠٠١ حتى ٣١ اغسطس ٢٠٠١ ، **وقد توصلت الدراسة التحليلية إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

---

(١) أشرف جلال . الهوية العربية كما تعكسها أغانى الفيديو كليب وانعكاساتها على قيم الشباب . فى المؤتمر العلمى السنوى العاشر . مرجع سابق .

(٢) رائد محمد ربيع . " تأثير التغطية الإخبارية فى القنوات الفلسطينية على اتجاهات الأطفال الفلسطينيين نحو الانتفاضة " . رسالة ماجستير . (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠٣)

- ■ – بلغ عدد النشرات – عينة الدراسة – التى تم تحليلها (١٨٤) نشرة إخبارية موزعة كما يلى : أخبار فى تلفزيون فلسطين (٥٠,٤%) ، ونشرات أخبار فى تلفزيون وطن (٤٩,٦%) .
- ■ – أهم نوعيات الأخبار الواردة فى النشرات عينة الدراسة ، هى : أخبار سياسية (٢٧,٣%) ، أخبار أمنية (١٧,٦%) ، أخبار مواجهات (١٦,٥%) ، أخبار مسيرات (١٠,١%) ، وأخبار اقتصادية (٥,٧%) .

وقد أجريت دراسة ميدانية على عينة قوامها ٥٠٠ طفل من تلاميذ المدارس الفلسطينية ، تتراوح أعمارهم ما بين ١٢ – ١٨ سنة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- ■ يشاهد (٩١,٩%) من المبحوثين – عينة الدراسة – تلفزيون فلسطين ، بينما يشاهد تلفزيون وطن (٦٩,٢%) من المبحوثين .
- ■ أهم أسباب إقبال الأطفال على مشاهدة تلفزيون فلسطين وتلفزيون وطن هو سرعتهما فى تغطية الأخبار ؛ لمتابعة الأخبار التفصيلية لأحداث الانتفاضة ، لأنهما يعالجان قضايا المجتمع الفلسطينى ، للفلسطنيين للتخلص من الملل والتسلية والترفيه ، ورفع الروح المعنوية ..
- ■ يعتمد (٤١,٣%) من المبحوثين – عينة الدراسة – على نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية فى القنوات الفلسطينية ، كمصدر للمعلومات عن انتفاضة الأقصى بشكل متوسط ، بينما يعتمد عليها (٣٧,٩%) بشكل كبير ، ويعتمد عليها (١٢,٤%) بشكل قليل، ولا يعتمد عليها (٨,٣%) على الإطلاق .

٣ – دراسة "سالم عيسى بالحاج" (٢٠٠٣) بعنوان : " **دور التليفزيون والصحف فى ترتيب أولويات الجمهور الليبى نحو القضايا الخارجية** " [(١)] على عينة عشوائية طبقية بأسلوب التوزيع المتناسب قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور العام ، و ١٠٠ مفردة من قادة الرأى فى مدينة طرابلس الليبية ، **وقد توصلت الدراسة – فيما يختص بعينة الجمهور العام – إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- ■ يشاهد (٩٠,٢%) من أفراد العينة من الجمهور العام القنوات التلفزيونية، وتتوزع درجات المشاهدة كالآتى: المشاهدة أحياناً (٦٨,٤%) ، والمشاهدة دائماً (٢١,٨%) .
- ■ يشاهد (٦٦,٥%) من أفراد العينة من الجمهور العام نشرات الأخبار فى التليفزيون الليبى أحياناً ، ويشاهدها دائماً (٢٤,٥%) من أفراد العينة .

---

(١) سالم عيسى بالحاج . "دور التليفزيون والصحف فى ترتيب أولويات الجمهور الليبى نحو القضايا الخارجية " . رسالة دكتوراه . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣) .

■ أهم دوافع التعرض لنشرات الأخبار فى التليفزيون الليــبى، لدى أفراد العينة من الجمهور العام ، هى: معــرفة ما يحدث داخل الجماهيرية (٦٨,٥%) ، ومعرفة ما يحدث فى العالم (٣٠,٨%) ، ومعرفة وجهة نظر الجماهير تجاه ما يحدث فى العالم (٢٤%) .

كمـــا أجريت دراسة تحليلية لنشرة أخبار الساعة التاسعة والنصف مساءً المذاعة على التليفزيون الليــبى ، على مدار دورة براجمية كاملة من ٧/١ إلى ٣٠ / ٩ / ٢٠٠١ ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ تــتوزع نوعــيات الأخبار التى تذاع فى نشرات الأخبار ، التى قدمها التلفزيون الليــبى كالتالى : الأخبار الخارجية التى لا ترتبط بليبيا (٧٥%) ، الأخبار المحلية الليبية والأخبار الخارجية ذات الصلة بليبيا (١٢%) لكل منهما .

■ تتوزع نوعيات الأخبار حسب طول الخبر كالتالى: خبر قصير (٥٧,٤%) ، خبر طويل (٢٢,١%)، وخبر متوسط (٢٠,٥%) .

■ تتوزع نوعيات الأخبار حســب متغير اتجاه الخبر كالتالى : خبر إيجــابى (٤٧,٣%) ، خبر ســلبى (٤٤,٢%) ، خبر غير محدد (٧,٤%) ، وخبر محايد (٧%) .

■ يوجــد ارتباط إيجابى بين الأجندة المركبة لوسائل الإعلام (الصحف والتلفزيون) وأجندة الجمهور العام بالنسبة للقضايا الخارجية ؛ حيث جاء الارتباط إيجابيًا قويًا حيث بلغت قيمته (٠,٧١) .

٤ – دراسة "صفا عثمان" (٢٠٠٢) بعنوان: **" دور قناة النيل الإخبارية فى ترتيب القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات "** [1] على عينة حصصية قوامها ٤٠٠ مفرده من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ يشاهد (٨٧,٥%) من عينة الدراسة قناة النيل للأخبار ، وتتوزع معدلات التعرض بالترتيب ، كما يلى : التعرض المنخفض (٩٠,٣%) ، التعرض المرتفع (٦,٩%) ، والتعرض المتوسط (٢,٩%) .

■ أهم دوافع التعرض لنشرات قناة النيل للأخبار ، هى: معرفة أخبار العالم (٤٥,٣ %)، معرفة أخبار الوطن العربى (٣١,٧%) ، ومعرفة أخبار مصر(١٩,١%) .

■ تــتوزع درجـــات متابعة الأخبار داخل نشرات أخبار قناة النيل للأخبار – بالترتيب – كما يلى : متابعة بعض الأخبار (٥٠,٩%)، متابعة معظم الأخبار (٤١,٤%)، ومتابعة كل الأخبار (٨%) .

(١) صفا عثمان ." دورقناة النيل الإخبارية فى ترتيب القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات". رسالة ماجستير . (القاهرة :كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢)

■ أهم القضايا الموجودة فى نشرات قناة النيل للأخبار ، هى : القضايا السياسية العربية (٦٨%) ، والقضايا السياسية العالمية (٤٨,٦%) ، والقضايا المتعلقة بالسياسة الخارجية المصرية (٣٥,٧%) .

كما أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة من نشرات القناة على مدى دورة برامجية ، ممتدة من شهر يناير إلى آخر مارس ٢٠٠٢ ، سحبت بأسلوب الأسبوع الصناعى، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ أهم القوالب الفنية التى تظهر فى نشرة قناة النيل للأخبار – مرتبة – هى : مذيع ومادة فيلمية (٣٨,٧%)، تقرير من مراسل (٢٤%)، ومذيع مع مادة فيلمية (١٧,١%).

■ جاءت الصورة التى تعبر بشكل تام عن النص بنسبة (٤٤,٥%) ، تليها الصورة التى تعبر عن جزء من النص (٣٥,٣%) ، والصورة الأرشيفية التى تخدم النص (١١,٣%) .

■ جاءت أهم أنواع القضايا السياسية التى وردت فى النشرات الإخبارية بقناة النيل للأخبار مرتبة كالتالى : القضايا السياسية العالمية (٣١,٨%) ، والقضايا السياسية الطارئة (١١,٣%)، والقضايا السياسية المحلية(٥,٥%) .

٥ – دراسة "دينا عرابى" (٢٠٠٢) بعنوان: **" دور وسائل الإعلام المحلية والدولية فى تشكيل المعرفة لدى الجمهور فى ظل العولمة "** [(١)] على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من مالكى أجهزة استقبال القنوات الفضائية من طلاب الجامعات فما فوق ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

■ جاءت القناة الفضائية المصرية الأولى فى الترتيب الأول من حيث التعرض لها دائماً ؛ حيث بلغت نسبة من يتعرض لها بشكل منتظم(٧١,٣%) من عينة الدراسة ، تليها : قناة الجزيرة (١٩,٥%) ، وقناة CNN (١٠,٨%) .

■ أعطت نسبة مرتفعة من عينة الدراسة لقناة الجزيرة الفضائية تقييماً جيداً ، وهو بنسبة (٧١,٤%) ، تليها قناة CNN بنسبة (٥٧,٢%) ، والقناة الفضائية المصرية الأولى بنسبة (٣٨,٤%) .

■ إن تقييم المبحوثين لمستوى القناة متعلق باعتقادهم بصحة الأخبار فيها ؛ حيث إن نسبة (٥٢,٩%) من الذين يرون القناة جيدة يعتقدون أن معلوماتها غير صحيحة .

---

(١) دينا عرابى . " دور وسائل الإعلام المحلية والدولية فى تشكيل المعرفة لدى الجمهور فى ظل العولمة". **رسالة دكتوراه.** (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣)

كمــا أجرت الباحثة الدراسة التحليلية على عينة سحبت بأسلوب الأسبوع الصناعى ؛ حيث تم تســجيل ١٤ نشرة من النشرات الرئيسية للقنوات محل الدراسة ممثلة فى نشرات أخبار بالقناة المصرية الأولى ، ونشــرة أخــبار حصاد اليوم ، ونشرة أخبار الساعة التاسعة فى قناة CNN ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تتوزع نوعيات الأخبار فى عينة الدراسة حسب نوع الخبر كالتالى : أخبار سياســية (٤٢,٧%) ، أخبار اقتصادية (٢٤,٧%) ، وأخبار إعلامية (٦,٧%) .

٦ – دراســة "محمــد عبد الوهاب الفقيه" (٢٠٠٢) بعنوان : " **العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية فى المجتمع اليمنى** "[1] على عينة قوامهــا ٤١٢ مفردة من مالكى أجهزة استقبال القنوات الفضائية أو يشاهدون القنوات الفضائية بصفة منتظمة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشــاهد القنوات الفضــائية (٥٠,٤%) من المبحــوثين – عينة الدراســة – أحياناً، ويشــاهدها (٤٨,٥%) بشكل دائم ، ويشاهد القنوات الفضائية (٤٧,٣%) من المبحوثين عينة الدراسة بشكل مكثف ، ويشاهدها (٣٩,٢%) بشكل متوسط ، ويشاهدها (١٣,٥%) من المبحوثين عينة الدراسة بشكل منخفض .
- يشــاهد النشــرات الإخبارية فى القنوات الفضائية (٥١,٤%) من المبحوثين عينة الدراسة أحياناً ، ويشاهدها (٥١,٤%) من المبحوثين عينة الدراسة بشكل دائم .
- يشاهد (٤١,٩%) من عينة الدراسة نشــرة إخبارية واحدة يومياً من القنوات الفضائية ، ويشــاهد (٣٥,٩%) نشرتين يوميًّا ، ويشاهد (٢١,٢%) أكثر من نشرتين يوميًّا .
- أهم القنوات الفضائية التى يفضل المبحوثون مشاهدة نشراتها الإخبارية – بالترتيب – هى : الجــزيرة (٦٨,٤%) ، **MBC** (١٥%) ، الفضائية اليمنية (٨,١%) ، و**LBC** (٣,٩%) .

كمــا أجريت دراسة تحليلية على عينة من نشرات الأخبار فى القنوات التى يعتمد عليها الجمهور اليمنى بشكل أساسى ، وهى : الجزيرة ، أبو ظبى ، MBC ، والفضائية اليمنية على مدى ٦١ يوماً ، **وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

---

(١) محمد عبد الوهاب الفقيه . " العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية فى المجتمع اليمنى " . **رسالة دكتوراه** . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢)

- ارتفعت نسبة التغطية الإخبارية ذات الطابع السلبى ، واحتلت الترتيب الأول بنسبة (٥٧,٧%) من إجمالى التغطية الإخبارية ، تليها التغطية الأخبارية ذات الطابع الإيجابى بنسبة (٣١,٢%) من إجمالى العينة .
- تأتى القضايا العربية فى الترتيب الأول فى التغطية الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية بنسبة (٣٦,٢%) ، وتأتى أخبار أوروبا وروسيا فى الترتيب الثانى بنسبة (١٢,٢%) ، وأخبار المؤسسات الدولية فى الترتيب الثالث بنسبة (١١,٣%) .

٧ – دراسة "حنان محمد يوسف" (٢٠٠١) بعنوان : " **المعالجة الإخبارية للقضايا العربية فى شبكتى CNN الأمريكية ، و Euronews الأوربية** "[1] على عينة عمدية متاحة قوامها ٢٠٠ مفردة من الجالية العربية المقيمة بالقاهرة ، ممن يملكون جهاز استقبال القنوات الفضائية بالإضافة لإجادتهم اللغة الإنجليزية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- ترتفع نسبة مشاهدة الخدمات الإخبارية بأنواعها لدى عينة الدراسة بصفة عامة ، وإن ارتفعت نسبة الانتظام فى مشاهدة الخدمات الوطنية الإخبارية ، وبلغت نسبة (٥٠,٥%) وتلتها الخدمات الإخبارية الأجنبية ثم سى إن إن واليورونيوز .
- سجلت الخدمة الإخبارية الوطنية أعلى معدلاتها فى أقل فئة مشاهدة (من ساعة إلى ساعتين يومياً) بنسبة (٣٥,٧%)، وبذلك يمكن القول بأن هناك انتظامًا فى المشاهدة وإن كانت محدودة فى معدلها .
- أهم دوافع مشاهدة جمهور النخبة العربية للخدمتين : الوطنية والأجنبية هى : معـرفة الأخبار المحلية (١١,٧%) ، ومعـرفة الأخبار العالمية (٦٨,١%) ، واكتساب الخبرات (١٢,٨%) ، والتسلية والترفيه (٥,٥%) .
- يُقَيم (٩٢,٨%) من المبحوثين عينة الدراسة أداء كل من الخدمات الإخبارية الوطنية والأجنبية بأنه أداء جيد ، بينما يعتبره (٧,٢%) أداءً متوسطاً .

وقد أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة عشوائية منتظمة بأسلوب الأسبوع الصناعى من المضمون الإخبارى فى شبكتى CNN و Euronews فى الفترة الزمنية من ديسمبر ١٩٩٩ إلى مايو ٢٠٠٠ ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تبلغ نسبة الأخبار غير العربية فى شبكتى **CNN** و **Euronews**(٧٨,٢ %) ، بينما بلغت نسبة الأخبار العربية (٢١,٨%) .

(١) حنان محمد يوسف ." المعالجة الإخبارية للقضايا العربية فى شبكتى CNN الأمريكية ، و Euronews الأوربية: دراسة مسحية مقارنة". رسالة دكتوراه . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١) .

- أهـــم مصادر الأخبار العـــربية فى نشرات أخبار شبكتى CNN و Euronews هى : المصـــادر الأمريكية (٨١,٣%) ، المصادر الأوربية (٧,٤%) ، عدة مصادر (٦,٣%) ، والمصادر العربية (٢,٨%) .
- أهـــم الـــدول التى وردت فى القضايا العربية فى نشرات شبكتى CNN و Euronews ، هى : فلسطين (١٥,٥%) ، لبنـــان (١٣,٦%) ، العراق (١٣,٦%)، وليبيـــا (١٠%) .

٨ - دراســـة "هـــبة يحيى عطية" (٢٠٠١) بعنوان: " **المعالجة الإخبارية لأحداث العالم الثالث فى قناة TV-5 الفرنســـية الدولية** "[1] على عينة عمدية قوامها ١٠٠ مفردة من الصفوة المصرية المتحدثة بالفرنســـية فى محـــافظتى : القاهرة والجيزة ، ممن يملكون أجهزة استقبال القنوات الفضائية ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- يشاهد المبحوثون عينة الدراسة القناة TV5 الفرنسية من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً (٤٨%) ، ويشـــاهدها أقل من ساعة يوميًا (٣٨%) ، ومن ساعتين إلى أقل من ٤ ساعات (١١%) ، وأربع ساعات فأكثر يوميًا (٣%) .
- أهـــم نوعيات المواد التلفزيونية المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة فى قناة TV5 الفرنسية ، هى : نشرات الأخبار(٧٨%) ، الأفـــلام (٤٠%) ، والبرامج الثقـــافية (٤٢%) .
- يشـــاهد (٣٧%) من المبحوثين – عينة الدراسة – قناة TV5الفرنسية غالباً ، ويشاهدها (٢٩%) بصـــورة دائمـــة ، وأهم أسباب المتابعة هى : لأنها موضوعية فى تناول الأحداث (٦٦%) ، ولأنها تغطى جميع جوانب الموضوعات التى تعالجها (٣٧%) ، ولأنها تعرض الموضوع بوضوح (١٩%) .

كمـــا أجـــرت الباحثة الدراسة التحليلية على عينة من نشرات أخبار الساعة السادسة والنصف مساءً فى قناة TV5 الفرنسية ، المذاعة على مدى ثلاثة شهور ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :**

- قدمـــت قـــناة TV5 الفرنسية ٩٠ نشرة إخبارية خلال عينة الدراسة ، وأن المساحة الزمنية الكلية للنشرات ، هى ٢٢٥٠ دقيقة منها ٩٦٤ دقيقة هى المساحة الزمنية للأخبار فى النشرات ، والمساحة الزمنية المتبقية هى للتعليقات التى وردت خلال النشرة.
- تتوزع الأخبار فى النشـــرة الفرنسية حســـب طول الخـــبر إلى : خبر قصير (٥٣%)، خبر طـــويل (٢٩%) ، وخبر متوسط (١٨%) .

---

(١) هبة يحيى عطية . " المعالجة الإخبارية لأحداث العالم الثالث فى قناة TV-5 الفرنسية الدولية" . رســـالة ماجستير . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١) .

- تـوزع الأخبار فى النشرة الفرنسية حسب المنطقة الجغرافية ، التى يهتم بها الخبر إلى : الأخبار التى تنـتمى إلى العالم المتقدم خاصة الدول الأوربية تأتى فى المرتبة الأولى ، حيث بلغت (٤٢,٤%) من جملة الأخبار المقدمة ، تليها أخبار الولايات المتحدة (٥%) ، أخبار روسـيا (٤%) ، أخبار اليابان (١,٤%) ، وأخبار أستراليا (٠,٣%) .
- أهم نوعيات الأخبار التى تعالجها النشرات : هى : أخبار سياسية (٥٦,٤%) ، أخبار ثقافية (٩,٩ %) ، أخبار اجتماعية (٨,٦%) ، وأخبار عسكرية (٦,٢%) .
- أهم مصـادر المعلومات فى نشـرة الأخبار : هى : مصادر فرنسية (٤٩%) ، غير محددة المصـدر (٤٦,٤%) ، ومصادر أخرى (٤,٦%) .

٩ - دراسـة "أيمن منصور" (٢٠٠٠) بعنوان : " **صورة الوطن العربى وأوروبا كما تعكسها المواد الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية والأوربية** "[1] على عينة متاحة من المتطوعين قوامها ٣٤٧ مفردة من أربع دول ، هى : مصر – سوريا – بريطانيا – ألمانيا ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تتوزع معدلات تعرض عينة الدراسة لنشـرات الأخبار كما يلى : المعـدل المرتفع (٤٢,٣%) ، والمعدل المنخفض (٣٠%) ، والمعدل المتوسط (٢٧,٧%) .
- يتوزع مستوى مصداقية نشرات الأخبار لدى عينة الدراسة كالتالى : مستوى متوسط (٥٧,١%) ، ومستوى منخفض (٢٦,٢%) ، ومستوى مرتفع (١٦,٧%).
- يتوزع مستوى المعرفة بالوطن العربى لدى عينة الدراسة كالتالى : مسـتوى منخفض (٤٨,٤%) ، ومستوى متوسط (٣٨,٦%) ، ومستوى مرتفع (١٣%) .

كما أجرى الباحث الدراسة التحليلية على عينة من نشرات الأخبار فى القنوات التالية : الفضائية المصرية الأولى (نشرة الساعة ١١ مساءً) ، الفضائية السورية (نشرة الساعة الواحدة والنصف صباحاً) ، الساعة الثانية عشرة مساءً نشرة BBC World الساعة الثانية عشر مساءً ، نشرة القناة الفضائية الالمانية DWالساعة الحادية عشرة مساءً ، **وقد تم إجراء الدراسة على مرحلتين ، هما :**

المرحله الأولى : وتمت فى النصف الثانى من عام ١٩٩٩ ولمدة ثلاثة أشهر متصلة .

المرحلة الثانية : وتمت فى النصف الأول من عام ٢٠٠٠ ولمدة ثلاثة أشهر متصلة ، **وقد توصلت الدراسة التحليلية إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- أهم الموضوعات الواردة فى نشرات الأخبار – عينة الدراسة – هى : الأخبار السياسية (٣٣,٣%) ، وأخبار الحوادث وأعمال العنف (١٨,٦%) ، وأخبار عسكرية (١٥,٨%) .

---

(١) أيمن منصور . " صورة الوطن العربى وأوروبا كما تعكسها المواد الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية والأوربية : دراسة مقارنة". رسالة دكتوراه . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٠)

- تتوزع اتجاهات الأخبار فى النشرات - عينة الدراسة - كالتالى : أخبار سلبية (٥٨%) ، وأخبار إيجابية (٤١,٥%) ، وأخبار محايدة (٥%) .
- تتوزع الأخبار فى النشرات - عينة الدراسة - حسب توازن التناول إلى : أخبار أحادية الجانب (٤٩,٥%) ، وأخبار ثنائية الجانب (٢٨,٦%) ، وأخبار ثلاثية الجانب (٢١,٩%) .
- يتفوق عدد الأخبار السلبية فى المحطات الثلاث مجتمعة على عدد الأخبار المحايدة والإيجابية بنسبة (٤٥,٦٧%) مقابل (٢٨,٩١%) للأخبار المحايدة ، و (٢٧,٤١%) للأخبار الإيجابية .
- تمثل نسبة الأخبار المصحوبة بمادة مصورة متحركة المركز الأول فى شكل تقديم الأخبار السلبية بنسبة (٧٨%)، تليها الأخبار السلبية المصحوبة بصورة ثابتة بنسبة (٩,٥%) .

١٠ - دراسة جيهان يسرى (٢٠٠٠) بعنوان : " **دور التليفزيون المصرى فى ترتيب أولويات الشباب الجامعى تجاه القضايا العربية** " [1] حيث أجرت دراسة على عينة عشوائية قوامها ٢٤٠ مفردة من طلاب وطالبات جامعة القاهرة ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- أهم دوافع متابعة الشباب عينة الدراسة للنشرة ، هى : أنها تتفق مع اهتماماتهم (٢٨,٦%) ، للإحاطة بكل ما يدور فى العالم من أحداث (٢٢,٨%) ، وللإحاطة بكل مايدور فى العالم العربى (١٤%) ، وللإحاطة بكل ما يدور فى مصر (١٣%) .
- أهم القنوات التليفزيونية التى يحرص الشباب - عينة الدراسة - على متابعة نشرات الأخبارمن خلالها ، هى : القنوات التليفزيونية المصرية (٧٨,٩%)، القنوات الفضائية العربية (١٣,٥%) ، والقنوات الفضائية الأجنبية (٧,٦%).
- أهم القنوات التى تشاهد عينة الدراسة النشرات الإخبارية بها هى: القناة الأولى (٤٦,٨%) ، والقناة الثانية (١٦,٩%) ، وقناة النيل للأخبار (٥,٢%) ، وقناة النيل الدولية (٤,٧%) ، وقناة CNN (٤,٤%) ، وقناة الجزيرة (٣,٦%) ، وقناة MBC (٢,٩%) .

كما أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة من نشرات أخبار الساعة التاسعة على القناة الأولى ، على مدى أسبوعين من ٨ إلى ٢١ فبراير ٢٠٠٠ ، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :**

- تشغل الأخبارالعربية (٣٢,٢٥%) من إجمالى عدد الأخبار بالنشرة ، وهو ما يؤكد اهتمام الإعلام المصرى بقيمة القرب الجغرافى للخبر .
- أهم موضوعات الأخبار التى تركز عليها نشرة أخبارالتليفزيون ، هى : الموضوعات السياسية (٧٣,٣%) ، والموضوعات السياسية والعسكرية (١٠%) ، والموضوعات الاقتصادية (٨,٨%) .

---

(١) جيهان يسرى . دور التليفزيون المصرى فى ترتيب أولويات الشباب الجامعى تجاه القضايا العربية . فى : المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد التاسع ، ٢٠٠٠ . ص ص ٢٥٧ - ٣١٣

- أهــم الموضــــوعات التى يرد ذكرها فى موجز النشرة وهى : الموضوعات الســياسية (٧٧,٨%) ، والأخبارالعسكرية (١٨,٥%) .

واستخلصت الباحثة أنه خلال فترة الدراسة ، حقق التليفزيون المصرى من خلال تغطيته الإخبارية للقضايا العربية قدراً كبيراً من التوافق بين اهتمامات الجمهور من الشباب الجامعى ، واهتمامات القائمين بالاتصال .

١١ - دراسة بارعة حمزة شقير (١٩٩٥) بعنوان : " دور التلفزيون اللبنانى فى ترتيب أولويات طلبة الجامعات اللبنانية" [1] على عينة قوامها ٢٥٠ مفردة من طلاب وطالبات الجامعات اللبنانية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يشـــاهد (٩٨%) مـــن عينة الدراسة التليفزيون ، وأهم القنوات المشـــاهدة هى : المؤسسة اللبنانية للإرســـال LBC (٨٠%) ، المستقبل (٥٥%) ، تليفزيون لبنـــان الرسمى TL(٤٨%) ، MTV (٢٨%) ، والمنار (٢٠%).
- أهم القنوات التى يحرص المبحوثون – عينة الدراسة – على متابعة نشرة الأخبار فيها ، هى : المؤسسة اللبنانية للإرسال LBC(٤٧%) ، المستقبل (٢١%) ، وتليفزيون لبنان الرسمى (١٤%) .
- أهم الأسباب التى تجعل المبحوثين – عينة الدراسة – يحرصون على متابعة نشرة الأخبار فى قناة دون غيرها ، هى : بالترتيب : الموضوعية فى المعالجة ، والدقة فى التغطية ، وسرعة نقل الخبر ، والاتفاق مع الاهتمامات ، ووقت العرض المناسب .
- أن النســـبة الأكـــبر من المبحوثين يشاهدون الموجز مع بعض الأخبار الرئيســـية بنسبة (٥٣%) ، ويشاهد (٤١%) النشرة كاملة ، بينما يشاهد (٦%) الموجز فقط .

كما أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة من نشرات أخبار الساعة الثامنة مساءً فى تليفزيون LBC وعلى مدى ثلاثة أشهر من شهر يناير إلى شهر أبريل ١٩٩٥ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها : أن ترتيب القضايا السياسية الواردة فى النشرات محل الدراسة هى كالتالى : قضية الجنوب اللبنانى ، والصراع العربى الإسرائيلى ، ومحاكمة سمير جعجع .

- توجد علاقة ارتباط قوية بين أهمية القضايا الإخبارية ، كما تعكسها نتائج تحليل المحتوى فى كل من صـــحيفة "الســـفير" وتلفزيون LBC اللبنانى ، وترتيب أهمية القضايا نفسها لدى كل من عينتى : الطلاب الذكور والطالبات الإناث.

---

(١) بارعة حمزة شقير . "دور التلفزيون اللبنانى فى ترتيب أولويات طلبة الجامعات اللبنانية". رسالة ماجستير . (القاهرة: كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٥) .

المكتبة الإعلامية

الفضائيات العربية ومتغيرات العصر

يأتى هذا التوثيق لأعمال المؤتمر، ممثلاً للإصدار الثالث عشر من هذه السلسلة، ونافذة فريدة لكل المهتمين بمجال الإعلام عامة والإعلام الفضائى والسمعبصرى والدولى خاصة، من خبراء وباحثين ومخططين وقائمين بالاتصال من مبدعين ومنفذين ودارسين .. بما أتاحه من مشاركة عربية واسعة النطاق، سعيًا لمزيد من التطوير وزيادة فاعلية الإعلام العربى فى خدمة قضايا التنمية والتحديث والتقارب ...

يضم هذا العمل التوثيقى الضخم أربعة عشر بحثًا تعليميًّا تناولت مختلف القضايا التى تشكل فى مجملها أحداث الساعة، بالإضافة إلى إحدى عشرة ورقة عمل، تركز على قضايا الإعلام، مبوبة بشكل يحقق للقارىء التدرج من العام إلى الخاص، ونتمنى معها أن يمثل ذلك إضافة إلى المكتبة الإعلامية العربية ..

تصميم: محمد حجى

